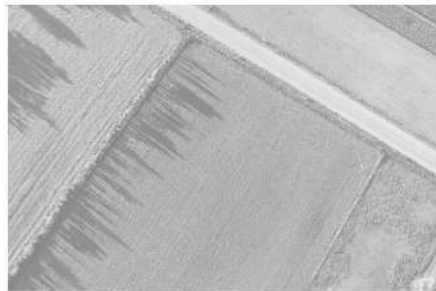
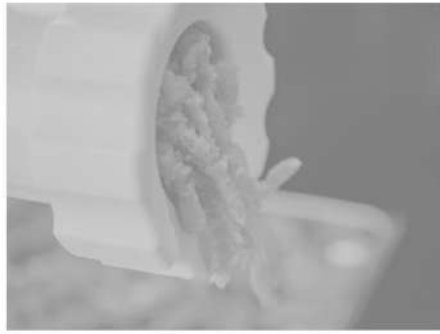


EL COMPORTAMIENTO
DEL SECTOR
AGROALIMENTARIO
ANTE LA CRISIS DEL

COVID-19



ESTUDIO

RELACIONES LABORALES EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO (COMPORTAMIENTO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO ANTE LA CRISIS DEL COVID-19) ORDEN AAA/1579/2012 DE 2 DE JULIO Y ORDEN/1239/2015 DE 23 DE JUNIO. CONVOCATORIA DE 19 DE MARZO 2020.

Proyecto concedido a la entidad:

UGT FICA



Desarrollo del trabajo de campo y redacción del informe:

GABINETE DE RECOLOCACIÓN INDUSTRIAL



ÍNDICE

1

INTRODUCCIÓN

2

OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

2.2. Objetivos específicos

3

METODOLOGÍA

3.1. Ámbito de Actuación

3.2. Técnicas de Investigación

4

EFEECTO DEL COVID-19 EN LA ECONOMÍA

4.1. Caída de la economía Mundial

4.2. Escenario de la economía española

5

PESO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA E IMPACTO DEL COVID-19

5.1. Hábitos en el consumo de alimentos de los españoles durante el estado de alarma: Pautas de consumo y de compra

5.2. Indicadores económicos: PIB y VAB

5.3. Mercado Laboral

5.5. Comercio exterior

5.6. Innovación

ÍNDICE

6

ENCUESTA A EMPRESAS Y TRABAJADORES: ADAPTACIÓN DEL SECTOR ANTE LA COVID-19

- 6.1. Situación de la actividad de las empresas
- 6.2. Nivel de producción, facturación y ventas
- 6.3. Empleo y condiciones laborales
- 6.4. Logística y suministro de la cadena
- 6.5. Percepción del impacto del COVID-19

7

ENCUESTA A TRABAJADORES SITUACIÓN DE LOS TRABAJADORES DURANTE LA PANDEMIA

- 7.1. Condiciones laborales
- 7.2. Percepción impacto del covid-19

8

CONCLUSIONES

- 8.1. Ejes principales de análisis del sector
- 8.2. Reconocimiento y Recuperación Económica del sector
- 8.3. Conclusiones y retos

9

ARTÍCULOS

10

BIBLIOGRAFÍA

1. INTRODUCCIÓN



1. INTRODUCCIÓN

La crisis sanitaria derivada del Covid-19 que llevó al Gobierno a decretar el estado de alarma mediante el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo y a adoptar medidas con el fin de reducir la movilidad de la población y proteger la salud de los ciudadanos, está teniendo consecuencias sin precedentes tanto en la economía mundial como en la española.

Entre estas medidas se aprobó el permiso retribuido recuperable para las personas trabajadoras por cuenta ajena que no presten servicios esenciales mediante la entrada en vigor del Real Decreto-ley 10/2020, de 29 de marzo, implicando una paralización casi total de la economía. Hasta mediados de abril, la actividad del país ha estado sostenida únicamente por los sectores considerados como servicios esenciales como por aquellas actividades que han podido seguir mediante el teletrabajo. A partir de ese momento y tras el estado de alarma, se ha ido produciendo de forma escalonada la incorporación de los sectores.

En este escenario, el sector agroalimentario ha actuado como servicio esencial siendo clave en el estado de alarma. Las empresas y explotaciones agroalimentarias han realizado un gran esfuerzo y labor estando activas durante todo el confinamiento, garantizando el abastecimiento de alimentos a los ciudadanos, lo que ha implicado el ajuste de su producción a la demanda de los españoles según iba avanzando la crisis.

Mediante el presente estudio, desde UGT FICA se pretende analizar no sólo que impacto global a nivel económico y laboral que ha experimentado el sector, sino que además se pone el acento en conocer cómo se ha adaptado el tejido empresarial como servicio esencial priorizando el análisis en las relaciones laborales. Se pretende por ello indagar en qué medida han estado activos, qué medios y condiciones laborales se han optado para no romper la cadena alimenticia y garantizar el suministro y cuál es la previsión a corto plazo tras la crisis sanitaria.

Dado el momento actual, en el que la pandemia continua activa y se sigue sin contar con una vacuna o tratamiento específico, la incertidumbre de los acontecimientos es muy alta por lo no se puede hacer una valoración global del efecto Covid-19. El presente estudio corresponde a un primer análisis en el sector agroalimentario que nos aporta información valiosa de cara a afrontar la recuperación económica como es conocer en qué estado actual está el sector, que crecimiento y la situación presentaba antes de la crisis y qué retos tiene por delante.

2. OBJETIVOS



OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar el impacto del Covid-19 en la industria agroalimentaria del país, estableciendo los principales efectos de la pandemia especialmente en términos económicos y de empleo. Además de indagar sobre los posibles cambios en las pautas de consumo que deriven en ajustes estratégicos para las empresas del sector y hacer frente de forma óptima la demanda.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ☐ Establecer el peso del sector agroalimentario, y conocer el impacto de la pandemia en diferentes áreas de análisis: económico, consumo, logística, empleo, exportaciones...
- ☐ Análisis comparativo de los datos midiendo de forma general el impacto del Covid-19 a nivel nacional.
- ☐ Conocer el nivel de reconocimiento por parte de las empresas y de la sociedad, al esfuerzo realizado por los trabajadores y trabajadoras.
- ☐ Examinar las medidas de seguridad que se están desarrollando en el sector para evitar contagios y afrontar la recuperación económica.

- Analizar las posibles nuevas pautas de consumo y la influencia de las mismas en el sector agroalimentario como servicio esencial y cómo han reajustado o no el proceso productivo.
- Determinar los posibles problemas de logística y abastecimiento que afrontan las empresas del sector ante la crisis del coronavirus.
- Establecer y analizar las perspectivas del sector en términos económicos, así como detectar las previsiones de futuras dificultades emergentes en el desarrollo de su actividad y analizar su necesidad en el conjunto nacional para la reconstrucción después de la Pandemia.





3. METODOLOGÍA

3.1. ÁMBITO DE ACTUACIÓN

El sector agroalimentario en su conjunto incluye diferentes actividades concentradas en dos ramas: AGRARIA Y LA INDUSTRIA ALIMENTARIA. Para los análisis del estudio, se ha delimitado el ámbito de actuación de la investigación a partir de la identificación del CNAE, para cada segmento o rama de actividad. Reseñar que para el análisis documental se ha analizado el sector completo, no obstante dado la información a obtener a través de la encuesta se ha centrado el análisis en algunas de las actividades del sector, según se recoge en la ficha técnica de la encuesta.

AGRARIO



CNAE 01

AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LAS MISMAS

CNAE 02

SILVICULTURA Y EXPLOTACIÓN FORESTAL

CNAE 03

PESCA Y ACUICULTURA

I. ALIMENTARIA

CNAE 10

INDUSTRIA DE LA ALIMENTACIÓN

CNAE 11

FABRICACIÓN DE BEBIDAS

CNAE 12

FABRICACIÓN DE TABACO



3. 2. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO

La implementación de estas técnicas ha constituido el **TRABAJO EMPÍRICO**, cuyo resultado se ha traducido en indagar sobre cómo se han comportado las empresas del sector contactando en torno a 300 entidades del sector agroalimentario, obteniendo una participación válida del 40,3% entre empresas y trabajadores.

De forma preliminar se recopiló información documental cuantitativa y cualitativa sobre el sector con datos actualizados y se realizaron 2 entrevistas abiertas a Responsables Sindicales de UGT FICA, por un lado del área agraria y por otro del área de alimentación, con objeto de profundizar y enfocar los criterios de análisis y aspectos a indagar.

El Estudio está basado en la aplicación de diversas técnicas de investigación para la obtención de información recopilada tanto de fuentes primarias como de fuentes secundarias, que han permitido analizar los objetivos fijados.

INFORMACIÓN A RECOPIRAR	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	CARÁCTER	PERFIL DE LA FUENTE
FUENTES SECUNDARIAS	RECOPIACIÓN Y ANÁLISIS DOCUMENTAL	CUALITATIVO	Estudios, informes y publicaciones
	RECOPIACIÓN Y TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE BASES DE DATOS	CUANTITATIVO	Bases de datos de fuentes oficiales; INE, SEPE, EUROSTAT...
FUENTES PRIMARIAS	ENCUESTAS	CUANTITATIVO	Encuesta en empresas del sector Encuesta a trabajadores del sector
	ENTREVISTAS	CUALITATIVO	Expertos Sectoriales de UGT FICA

FUENTES SECUNDARIAS

Carácter CUALITATIVO

TÉCNICA	OBJETIVO	FUENTES	HERRAMIENTAS
Recopilación DOCUMENTAL	Recopilación de datos a partir de fuentes documentales con el fin de recabar información detallada sobre los aspectos y las variables objeto de análisis.	Estudios e informes localizados por área de análisis.	Listado bibliográfico
Recopilación DE BASES DE DATOS	Recopilar bases de datos para la realización de la explotación estadística, obteniendo información relevante para el objeto de estudio de la investigación.	Datos oficiales actualizados por área de análisis.	Bases de datos de organismo oficiales

FUENTES PRIMARIAS

Carácter CUANTITATIVO

TÉCNICA	OBJETIVO	HERRAMIENTAS
Encuesta en EMPRESAS	<p>Acercarnos a la realidad de las entidades e indagar sobre el efecto Covid-19 en torno a:</p> <p>Económico Medir en el impacto del Covid-19 en el volumen de negocio.</p> <p>Mercado laboral Analizar la tendencia de empleo del sector, así como los nuevos protocolos de seguridad a implementar por las empresas para la protección de los trabajadores.</p> <p>Pautas de consumo Análisis el impacto de las nuevas pautas de consumo en alimentación en la actividad del sector agroalimentario.</p> <p>Logística+- Estudiar las dificultades del sector en términos de logística para hacer llegar sus productos a los consumidores, así como también para abastecerse de materias primas necesarias para su actividad industrial.</p>	Cuestionario

**Encuesta
TRABAJADORES**

Recoger información sobre las condiciones laborales de los trabajadores e identificar si han cambiado o no durante la crisis sanitaria, y de ser así, en qué medida y cómo les ha afectado para continuar con su desempeño laboral.

Cuestionario

Carácter CUALITATIVO

TÉCNICA

OBJETIVO

HERRAMIENTAS

**Entrevista
a
EXPERTOS**

Conocer la opinión interna desde UGT FICA AGRO y ALIMENTARIO, para identificar aspectos relevantes y criterios de análisis de ambas áreas a tener en cuenta para preparar el cuestionario de la encuesta a empresas.

Guión abierto

ENTREVISTA A EXPERTOS

FICHAS TÉCNICAS



Número de Entrevistas: 2

Diseño: Muestra Intencional

Instrumento: Guion de abierto

Objetivo: Las entrevistas servirán para orientar y determinar los criterios de análisis del estudio como de la información a recopilar mediante el y trabajo de campo (fuentes secundarias y encuesta a empresas).

Perfil de los entrevistados: En el proceso de elección de los expertos a entrevistar se ha considerado como criterio principal su conocimiento de ambas áreas (agro y alimentaria).

ENCUESTA A EMPRESAS

Universo: empresas del CNAE 01, 10 y 11

Muestra: Al ser una muestra intencional, la muestra es resultado del grado de respuesta de las entidades contactadas.

Diseño: Muestra intencional siguiendo criterios de selección que pertenezcan a los Sectores de Estudio

Instrumento: Cuestionario Estructurado (Aprox. 15 minutos de duración)

Encuestación: telefónica

Objetivo: Mediante la encuesta se pretenden evaluar 4 bloques:

Económico

Medir en el impacto del Covid-19 en el volumen de negocio del sector.

Mercado laboral

Analizar la tendencia de empleo del sector, así como los nuevos protocolos de seguridad a implementar por las empresas para la protección de los trabajadores.

Pautas de consumo

Análisis del impacto de las nuevas pautas de consumo en alimentación, en la actividad del sector agroalimentario.

Logística

Estudiar las dificultades del sector en términos de logística para hacer llegar sus productos a los consumidores, así como también para abastecerse de materias primas necesarias para su actividad industrial.

Perfil las empresas:

Debido a que mediante el estudio se pretende prospectar sobre cómo las empresas agroalimentarias que están abasteciendo de alimentos a los españoles están sacando adelante su producción y qué acciones o recursos están implementando. Por ello, la encuesta se ha realizado únicamente a las empresas del sector que realizan están en plena actividad produciendo alimentos, ubicándose éstas en los siguientes CNAES, en los que se han centrado las entidades contactadas.

CNAE 01 AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LAS MISMAS

- 011 Cultivos no perennes
- 012 Cultivos perennes
- 013 Propagación de plantas
- 014 Producción ganadera
- 015 Producción agrícola combinada con la producción ganadera
- 016 Actividades de apoyo a la agricultura, a la ganadería y de preparación posterior a la cosecha
- 017 Caza, captura de animales y servicios relacionados con las mismas

CNAE 10 INDUSTRIA DE LA ALIMENTACIÓN

- 101 Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos
- 102 Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos
- 103 Procesado y conservación de frutas y hortalizas
- 104 Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales
- 105 Fabricación de productos lácteos
- 106 Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos
- 107 Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias
- 108 Fabricación de otros productos alimenticios
- 109 Caza, captura de animales y servicios relacionados con las mismas

CNAE 11 FABRICACIÓN DE BEBIDAS

110 Fabricación de bebidas

ENCUESTA A TRABAJADORES

Universo: trabajadores de empresas pertenecientes a los CNAE (01, 10 y 11).

Muestra: Al ser una muestra intencional, la muestra es resultado de la participación de los trabajadores contactados pertenecientes a los CNAE objeto de estudio.

Diseño: Muestra Intencional Siguiendo Criterios de Selección que pertenezcan a los Sectores de Estudio

Instrumento: Cuestionario estructurado (Aprox. 10 minutos de duración)

Objetivo: conocer las condiciones laborales en las que han estado los trabajadores del sector durante la crisis.

Perfil de los encuestados:

Trabajadores del sector que pertenecen a las empresas objeto de análisis tal cual se describe en la ficha anterior, en relación al perfil de las empresas entrevistadas.



4.

EFECTO DEL COVID19 EN LA ECONOMÍA

4.1. CAÍDA DE LA ECONOMÍA MUNDIAL

Debido al desarrollo activo de la pandemia como al desconocimiento que todavía se tiene sobre el comportamiento del Covid-19 y, ante todo, por la carencia de tratamiento y vacunación para su contención, se está generando una situación de vulnerabilidad a nivel mundial sin precedentes que no sólo afecta al ámbito sanitario sino también al socioeconómico.

Proyección 2020 (FMI)
PIB MUNDIAL

-4,9%

PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DE LA ECONOMÍA MUNDIAL

<i>PIB real, variación porcentual anual</i>	2019	2020	2021
Producto mundial	2.9	-4.9	5.4
Economías avanzadas	1.7	-8.0	4.8
Estados Unidos	2.3	-8.0	4.5
Zona Euro	1.3	-10.2	6.0
Alemania	0.6	-7.8	5.4
Francia	1.5	-12.5	7.3
Italia	0.3	-12.8	6.3
España	2.0	-12.8	6.3
Japón	0.7	-5.8	2.4
Reino Unido	1.4	-10.2	6.3
Canadá	1.7	-8.4	4.9
Otras economías avanzadas	1.7	-4.8	4.2
Economías de mercados emergentes y en desarrollo	1.7	-8.0	4.8
Asia	5.5	-0.8	7.4
China	6.1	1.0	8.2
India	4.2	-4.5	6.0
Europa	2.1	-5.8	4.3
Rusia	1.3	-6.6	4.1
América Latina y Caribe	0.1	-9.4	3.7
Otros países en desarrollo	5.2	-1.0	5.2

Fuente: IMF. World Outlook Update, June 2020

Ante esta realidad es difícil evaluar la eficacia de las medidas adoptadas por los gobiernos internacionales. Sin embargo, al margen de la gestión sanitaria de la pandemia y de las dolorosas consecuencias en las personas, ha propiciado una parálisis económica mundial de la cual se pueden apreciar los primeros síntomas. Así el Fondo Monetario Internacional (FMI) en su última proyección en el mes de junio, prevé una disminución del crecimiento económico mundial de 1,9 puntos porcentuales por debajo del pronóstico del FMI del mes de abril (-3%). En términos globales, a excepción de China (1%), se espera un crecimiento económico negativo para el 2020 en la mayoría de las economías internacionales.

Es decir, las consecuencias del Covid-19 en la economía internacional, está teniendo un impacto mayor del esperado por lo que se teme una recuperación más gradual de lo previsto. En esta línea, la proyección para el 2021 del crecimiento económico global es de 5,4%. En el caso de Europa, que sufre un gran impacto con una previsión de un -10,2% del PIB, en especial Italia y España con un -12,8% y Francia con un

-12,5%, su proyección de crecimiento en 2021 se augura por encima de la media mundial previendo una recuperación progresiva.

Desde el FMI se matiza el nivel de incertidumbre de estos pronósticos por encima del habitual, debido en parte al desconocimiento en los próximos meses de la evolución de la pandemia y enfatiza la necesidad, de que todos los países garanticen que sus sistemas de atención de salud cuenten con los recursos adecuados. Además, alerta del posible incremento de la pobreza mundial debido al impacto adverso de la crisis en los hogares de bajos ingresos poniendo en peligro el trabajo desarrollado hasta la fecha para paliar la pobreza extrema.

4. 2. ESCENARIO DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

La última estimación publicada desde la Comisión Europea en el mes de julio (*European Economic Forecast. Summer 2020. July*), calcula el desplome de la economía española para el 2020 en un -10,9% en base al crecimiento del PIB. Agrava las repercusiones del Covid-19 en nuestra economía, al reducir sus últimas estimaciones de mayo sobre el crecimiento del PIB (-9,4%) en 1,5 puntos porcentuales.

Proyección
ESPAÑA 2020 (CE)
PIB NACIONAL
-10,9%

Hasta la aparición de la crisis sanitaria las previsiones de 2020 para España, a pesar de una ralentización moderada de su economía con respecto a 2018 y 2019, era de crecimiento del PIB proyectado en un 1,6% (*European Economic Forecast Winter. February 2020*). Con la irrupción del Covid-19 y de las medidas severas de confinamiento aplicadas por el Gobierno para contener la pandemia, se ha producido una disrupción del crecimiento generando una contracción sin precedentes en la economía española.

De este modo, a excepción de los sectores denominados como servicios esenciales o aquellos que han permitido mantenerse activos mediante el teletrabajo, se ha originado por las restricciones una paralización parcial o total de la actividad del resto de sectores que se han ido levantando a partir de mediados de mayo. El sector servicios se ha visto el más afectado al haber segmentos económicos con restricciones vigentes por lo que no están activos o se encuentran a un nivel inferior de producción como la hostelería, el comercio minorista, el sector turístico y actividades relacionadas (transporte, el área de cultura y eventos...), entre otros. Por ello, cabe esperar que este sector sea el último en reanudar completamente su actividad.

La trayectoria de reactivación pronosticada para España se fundamenta en una recuperación escalonada y sectorialmente desigual con diferentes velocidades de reanudación para la actividad empresarial. Ante este escenario, tal y como analizaremos más adelante, el sector agroalimentario, servicio esencial durante el confinamiento, se posiciona como un sector motor y pilar en el restablecimiento de la economía.

**Proyección ESPAÑA
2021 (CE)
PIB NACIONAL
7,1%**

Atendiendo a los indicadores económicos, el descenso del consumo privado (-10,7%) y de las exportaciones (-19,8%), potenciado por las restricciones vigentes aplicadas al turismo, la hostelería o al comercio minorista, repercuten directamente en el desplome del PIB para el 2020. Además, a pesar de los ERTES aplicados a corto plazo, el impacto agudo de la crisis en algunos sectores hará que incremente significativamente el desempleo afectando especialmente a los trabajadores temporales. Todo ello, revertirá en una caída rápida del empleo (-8,7%) e incremento de la tasa de paro (18,9%).

PRONÓSTICO ESTIMADO DESDE LA CE PARA ESPAÑA

PRINCIPALES INDICADORES (%)

Variación porcentual anual	2018	2019	2020	2021
PIB*	2.4	2.0	-10.9	7.1
PIB	2.4	2.0	-9.4	7.0
Consumo privado	1.8	1.1	-10.7	8.9
Consumo público	1.9	2.3	5.8	-0.4
Formación bruta de capital	5.3	1.8	-20.7	10.3
Exportaciones de bienes y servicios	2.2	2.6	-19.8	11.9
Importaciones de bienes y servicios	3.3	1.2	-21.1	12.4
Empleo	2.5	2.3	-8.7	6.1
Tasa de paro (a)	15.3	14.1	18.9	17.0
Coste mano de obra unitaria conjunto economía	1.2	2.3	1.3	-0.2
Coste unitario mano de obra	0.1	0.7	1.1	-1.2
Tasa de ahorro hogares (b)	5.9	7.4	14.0	10.5
Deflactor del PIB	1.1	1.6	0.2	1.0
Balanza comercial de mercancías (c)	1.9	2.0	3.2	2.7
Saldo global del Gobierno (c)	-2.5	2.8	-10.1	-6.7
Saldo presupuestario cíclico (d)	-3.8	-4.2	-5.8	-5.2
Saldo presupuestario estructural (d)	-3.5	-4.0	-5.6	-5.2
Deuda bruta del Gobierno (d)	97.6	95.5	115.6	113.7

**Dato tomado del último informe de la CE relativo a la previsión de verano julio de 2020, el resto de datos no se especifican en dicho informe por lo que se mantienen los recogidos en el informe anterior citado arriba.*

(a) % de la fuerza de trabajo total (b) Ahorro bruto dividido por la renta bruta disponible ajustada (c) % del PIB (d) como porcentaje del PIB potencial.

Fuente: European Commission. European Economic Forecast. Spring 2020. May.

La destrucción de empleo es ya un hecho que se intensificará en los próximos meses, no obstante, según se reactive la economía irá descendiendo el paro. Así, la recuperación del empleo se prevé

paulatina y dilatada, no será hasta el 2021 cuando cambie la tendencia y se revierta la tasa de paro.

Para el 2021 se predice un repunte del consumo privado en un 8,9%, propiciado por la mejora del empleo y el incremento de la tasa de ahorro de la economía doméstica durante el 2020 (14%) derivada por la fuerte contracción del consumo privado para este año. Las exportaciones se verán debilitadas fuertemente por el sector turístico duramente afectado durante esta pandemia, y cuya reactivación se diagnostica más tardía y progresiva que para el resto de segmentos económicos. La desaceleración de la económica llevará al incremento del déficit público, en ascenso en los últimos años, en 20 puntos porcentuales entre el 2019 (95,5%) y el estimado para el 2020 (115,6%) colocando en una situación delicada la estabilidad fiscal.

En general, se pronostica una recuperación parcial de la economía española para el 2021 más lenta de lo esperado dependiente de la evolución de la pandemia y de la propia reactivación sectorial de la economía.

A tenor de los últimos datos de 2020 publicados por el INE en relación a los indicadores globales que miden una economía se visualiza brevemente un primer impacto del Covid-19.

TERMÓMETRO DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA. Año 2020 (variación anual)



-0,6%
IPC



-22,1%
PIB



15,33%
Tasa de paro



55,54%
Tasa de actividad

Fuente: INE

El IPC estimado para el mes de julio se sitúa en el -0,6%, registrando un descenso de precios continuado desde el mes de febrero y en cifras negativas desde el mes de abril (-0,7%) lo que lo pone en riesgo de deflación. En el segundo trimestre del año el PIB decrece un 18,5% con respecto al trimestre anterior y en un 22,1% sobre el 2019, se trata del mayor retroceso del PIB interanual que no cifraba datos negativos desde el 2013. En el mismo trimestre, el número de ocupados desciende en 1.074.000 personas (cifra que no incluye los afectados por ERTE que son considerados como ocupados según la metodología de Eurostat y de la OIT aplicado por la EPA), el paro sube en 55.000 personas y presenta una tasa del 15,33%. También se ha producido un descenso de la población activa, debido a que el confinamiento ha impedido buscar empleo a personas que estaban disponibles para trabajar incrementando la inactividad (*INE. 31/07/2020*).



5. PESO SECTOR AGROALIMENTARIO E IMPACTO COVID 19



5. 1. CONSUMO Y COMPRA

HÁBITOS EN EL CONSUMO DE ALIMENTOS DE LOS ESPAÑOLES DURANTE EL ESTADO DE ALARMA

La propagación del coronavirus ha supuesto un reto para el sistema sanitario español, el miedo al colapso sanitario que supusiera la incapacidad del sistema de poder dar respuesta y atención a las oleadas masivas de enfermos de Covid-19 ha supuesto la aplicación de drásticas medidas de contención decretándose el Estado de Alarma. Las consecuencias del coronavirus han ido más allá de su impacto en el sector sanitario, pues las restricciones de movilidad impuestas por el Gobierno, el cierre forzoso de determinados sectores económicos, la pérdida de empleo desencadenada por el virus... han producido cambios en nuestros hábitos de ocio, en nuestras relaciones laborales y modo de trabajo, en nuestro sistema productivo... y también ha modificado nuestras pautas de consumo, produciéndose nuevas formas de comprar y consumir durante la pandemia. La industria agroalimentaria como sector esencial no ha cesado su actividad durante toda la pandemia, asegurando el abastecimiento en alimentación, sin embargo este sector se ha visto sometido e influenciado por los cambios en las pautas de consumo y compra de los consumidores, teniendo que adaptar su sistema productivo para dar respuestas a las variaciones de la demanda.

El sector agroalimentario, al igual que cualquier otro sector económico, está condicionado por las leyes de la oferta y la demanda, se adapta a las necesidades del mercado modificando sus procesos productivos para dar respuesta a las demandas y peticiones de los consumidores. La pandemia ha supuesto el surgimiento de nuevas pautas de consumo y compra de bienes y servicios, y se ha notado especialmente en los hábitos de compra y consumo del sector agroalimentario, pues se trata de un sector de primera necesidad, además el cierre del canal HORECA (canal de distribución de alimentación que integra a Hoteles, Restaurantes y Cafeterías) ha supuesto el traslado completo de este consumo a los hogares. Si durante la primera etapa de la pandemia el consumo de alimentos se centraba en alimentos de primera necesidad, en la segunda etapa del confinamiento el consumo alimenticio se caracteriza por la búsqueda del ocio en los hogares, trasladando el consumo de alimentos típicos de hostelería al hogar.

En este primer epígrafe, antes de entrar en detalle y exponer los factores por los que el sector agroalimentario es estratégico en el conjunto de la economía nacional y analizar el impacto recibido por la pandemia, se detalla las pautas de compra y de consumo que los españoles han mostrado durante el confinamiento. Este análisis es clave para entender cómo se han comportado las empresas y han adaptado su sistema productivo a la demanda y exigencias del mercado.

PAUTAS DE CONSUMO



PAUTAS DE CONSUMO

Unos días antes de que se decretara el Estado de Alarma en España, las compras masivas en supermercados, las largas colas y los estantes vacíos fueron la tónica general. Este desabastecimiento puntual debido a las compras intensivas al mismo tiempo, desencadenó una conducta colectiva hacia un posible desabastecimiento real, incrementando aún más las compras.

Según datos de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) el pico de las compras de alimentos se alcanzó en los días previos a la declaración del Estado de Alarma. En comparativa con los datos de los mismos días del año anterior las compras aumentaron un 30%, sin embargo el incremento más alto con respecto al año anterior se dio en los días 13 y 19 de abril coincidiendo con el fin de la Semana Santa, con un 50,6% más de compras que en el mismo periodo del año anterior. Durante el primer mes y medio de la pandemia se han acumulado productos en las viviendas por miedo al desabastecimiento, pero conforme la incidencia del virus iba decreciendo también lo hacía el acopio de productos de alimentación.

Así mismo estas compras masivas que se produjeron a principio de la pandemia se centraron sobre todo en un tipo concreto de productos, los de primera necesidad, como carnes, pescados, huevos, leche...cuya demanda aumentó en un 21% la semana posterior a la declaración del Estado de Alarma, según datos de la consultora Kantar, mientras en el gasto en la cesta de la compra en ese periodo se incrementó hasta en un 25%. No obstante, tras las primeras semanas de histeria y compras masivas el consumo se estabilizó.

Si durante los primeros días la mayoría de las compras eran productos de primera necesidad, en las semanas posteriores se aumentó la venta de productos de picoteo, dado que con el cierre de bares y la reclusión en casa se buscaron formas de ocio alternativo en los hogares. El confinamiento ha supuesto un incremento del tiempo libre en casa que ha influido en la forma de consumir alimentos, hay más tiempo para destinar a la preparación de comida elaborada. Así, el consumo de harinas se incrementó en un 196% entre el 16 y el 22 de marzo según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (respecto al mismo periodo del año anterior), este incremento se debió al auge de la elaboración de pan, aunque también de repostería en los hogares españoles, fenómeno que respondía a dos principios causales: el mayor tiempo libre para dedicarlo a la elaboración de comida y a los intentos de salir de casa lo mínimo posible para evitar contagios.

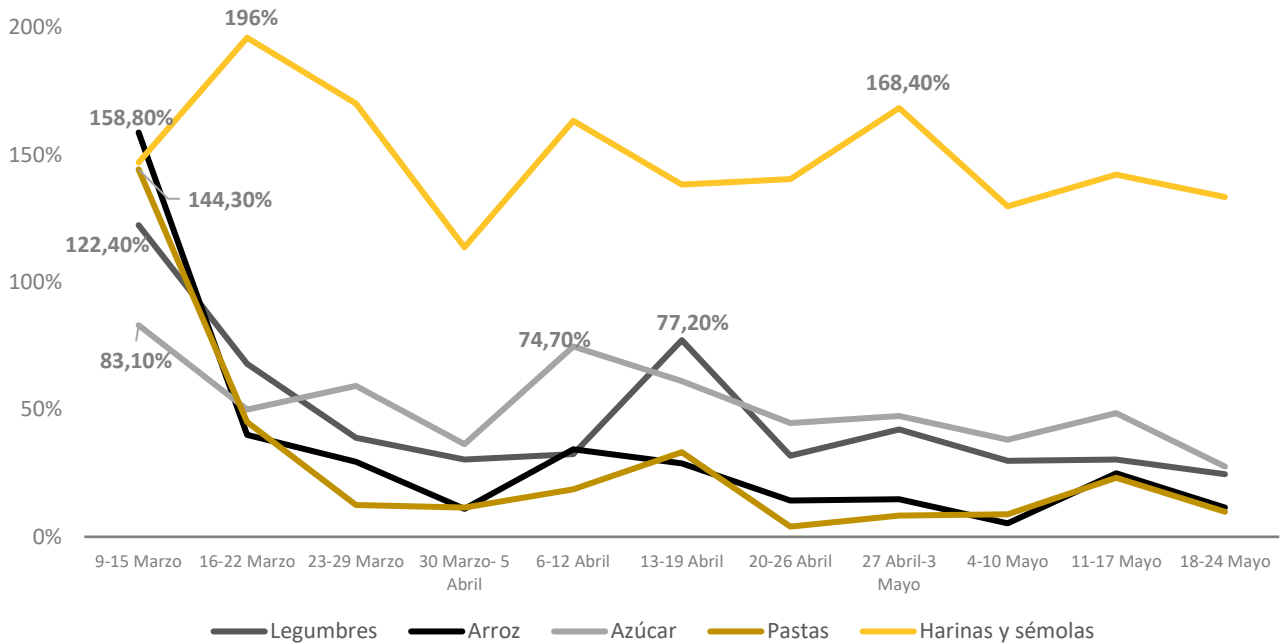
La compra de productos no perecederos durante los días previos a la declaración del Estado de Alarma se disparó. Las denominadas "compras del pánico" llevaron a los españoles a adquirir

masivamente alimentos para almacenar en los hogares por el miedo al desabastecimiento y para minimizar las salidas de casa y exponerse a contagios. La “necesidad” de acumular productos por largos periodos incrementó la compra de productos no perecederos. Según datos de la consultora Nielsen, el consumo de legumbres se incrementó (en comparación con el mismo periodo de 2019) en un 47%, mientras que las pastas lo hicieron en un 31%, pero también lo hicieron los platos preparados (26%), las sopas (19%) y las conservas (18%). Además, algunos productos que no son de consumo habitual se han colado en la lista de la compra, como la leche en polvo que ha sufrido un incremento del 173,3%.

El consumo de harina tiene el pico de consumo más alto en la semana del 16 al 22 de marzo, incrementándose en un 196% con respecto al mismo mes del año anterior. Productos como el arroz, el azúcar, las legumbres y las pastas tuvieron su punto máximo de ventas en la semana del 9 al 15 de marzo, la semana anterior a que se decretase el Estado de Alarma, el arroz sufrió un incremento de consumo del 158%, mientras que las pastas lo hicieron en un 144,3% las legumbres un 122,4% y el azúcar un 83,1%. Tras esta semana de “compras del pánico” el consumo de estos productos fue decreciendo, aunque seguía presentando porcentajes de consumo superiores con respecto a los mismos periodos del año anterior.

CONSUMO EN EL HOGAR 2020

(% en relación al mismo periodo del año 2019)



Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Otros productos de primera necesidad durante la pandemia sufrieron fluctuaciones de consumo diferentes a los productos analizados anteriormente. Si los ya analizados tuvieron su punto álgido de consumo la semana previa a que se decretase el Estado de Alarma para continuar con una tendencia a la baja, productos como la leche, el aceite, los huevos, el agua o el pan experimentaron un incremento de consumo en la semana previa al Estado de Alarma presentando fluctuaciones a lo largo de todo el confinamiento.

El consumo total de aceite en la semana previa al decreto del Estado de Alarma se incrementó en un 97,5% con respecto al mismo periodo del año anterior, manifestando una tendencia negativa hasta la semana del 30 de marzo, cuando el incremento de consumo se situó en un 1,6%, para posicionarse la semana siguiente en un 39,2% y decreciendo hasta el 13,3 la semana del 20 de abril, momento a partir del cual la tendencia vuelve a ser al alza.

Si analizamos el consumo de aceite de oliva por separado se observa como el engruese en consumo con respecto al año anterior no se da hasta la semana del 6 de abril con un dato que se sitúa en el 29,1% manteniéndose en valores similares en la semana siguiente y decreciendo en la semana del 20 de abril con un incremento del 3,3% con respecto al año anterior, para continuar su tendencia al alza hasta la semana del 4 de mayo en la que el incremento se situó en el 36,4% momento en el que inicia una tendencia a la baja.

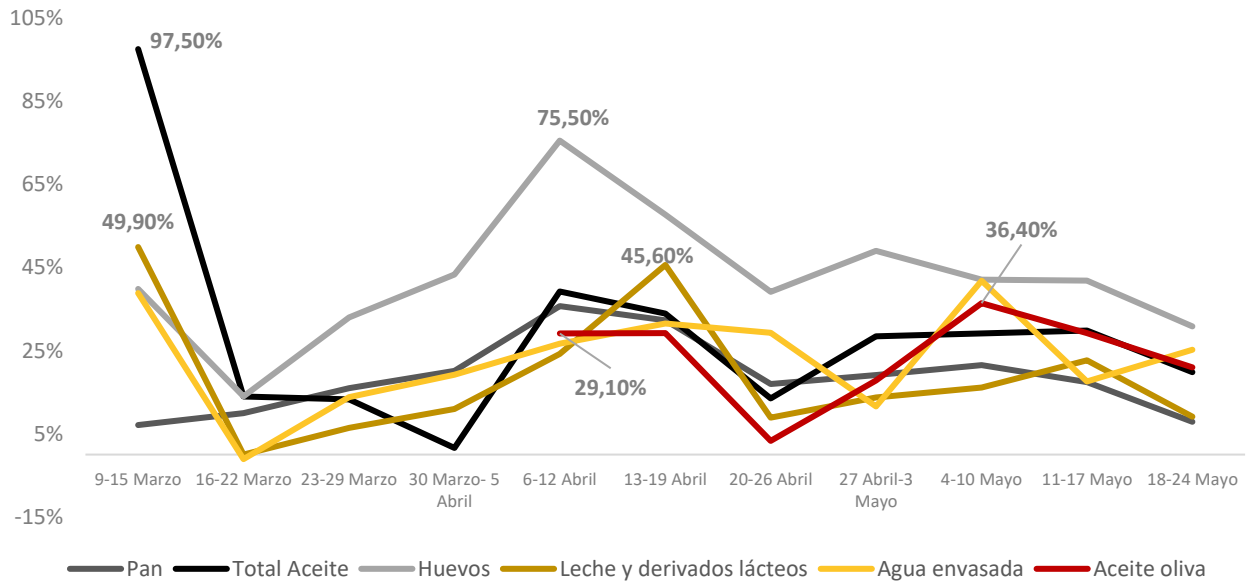
En el caso de la leche y los derivados lácteos, la semana previa al Estado de Alarma aumentó su consumo con respecto al mismo periodo del año anterior en casi un 50%. Sin embargo, en la primera semana de confinamiento su consumo coincidió con el mismo que se produjo el año anterior en la misma fecha, mientras que volvió a tener otro pico de subida con un 45,6% de consumo en la semana del 13 de abril, para volver a bajar a la semana siguiente. Estas fluctuaciones en la compra de leche y otros productos perecederos se deben a que se hizo acopio antes de la pandemia, no pudiendo acumular grandes cantidades debido a su caducidad, por ello a mitad de pandemia se suele incrementar de nuevo su consumo, debido a la necesidad de reabastecimiento.

De forma similar se sitúa el consumo de agua embotellada, que tiene picos de consumo a lo largo de la pandemia sin tener una clara tendencia negativa en el incremento de consumo. En el caso de los huevos llama especialmente la atención que antes del confinamiento se produjo un ascenso de su consumo del 39,8%, bajando en la primera semana a un 14%, sin embargo a partir de esa semana la tendencia es positiva, incrementándose el consumo hasta un 75% con respecto a la misma semana del año anterior. Este crecimiento en el consumo de huevos se debe al boom de la repostería que se experimentó, el tiempo libre en casa fomentó que se dedicara más tiempo a la elaboración de comidas y postres, al mismo tiempo que coincidió con

la segunda etapa del tipo de alimentos consumidos durante la pandemia, en el que ya no solo se hace acopio de productos de primera necesidad sino que se empieza a consumir más productos de picoteo y placer y productos que tradicionalmente se consumen en los bares.

CONSUMO EN EL HOGAR 2020

(% en relación al mismo periodo del año 2019)

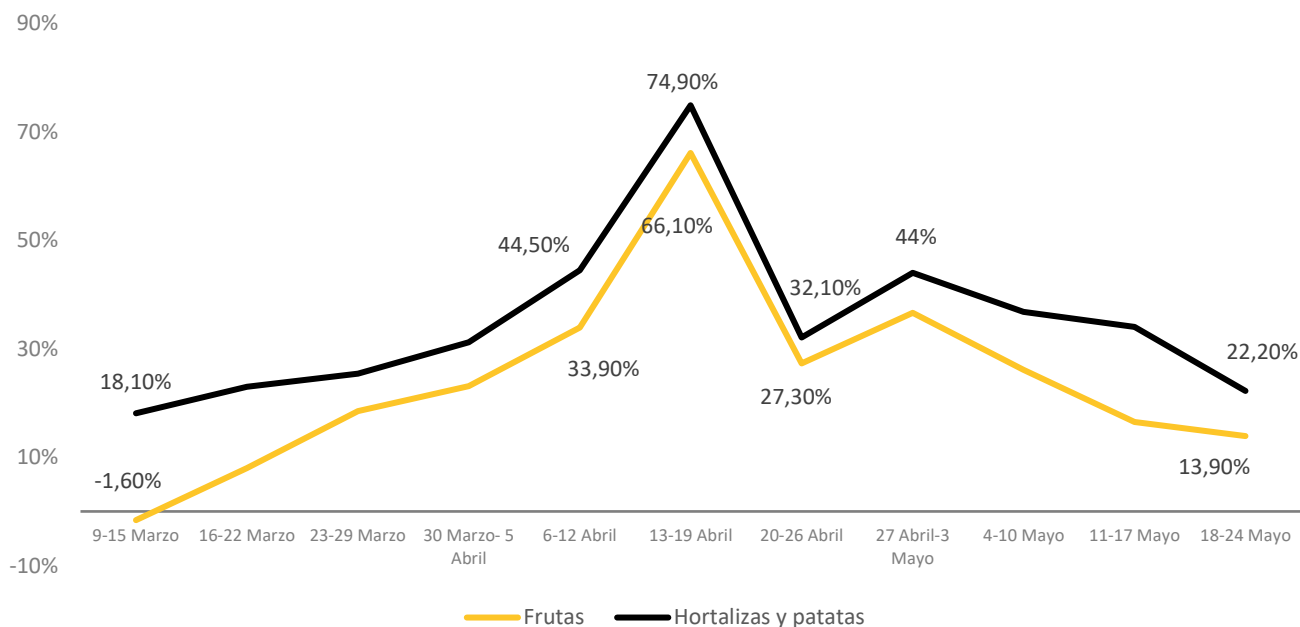


Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

“La semana de la histeria” destacó por la compra de productos no perecederos que pudieran almacenarse en los hogares durante largos periodos de tiempo. Así, si se analiza el consumo de alimentos del sector hortofrutícola, se observa como la fruta durante la semana previa al decreto del Estado de Alarma descendió en un -1,6% con respecto a los datos del año anterior, mientras que el de hortalizas y patatas se incrementó en 18,1%. Cifras bastante alejadas del incremento en productos no perecederos como el arroz (158,8%) o de alimentos básicos como la leche (49,9%). El pico máximo del consumo de frutas durante la cuarentena se da en la semana del 13 de abril (66,1%), coincidiendo también con el de hortalizas y patatas (74,9%), momento a partir del cual comienzan a descender el consumo de ambos alimentos, presentando ambos un repunte en la semana del 27 de abril.

HORTOFRUTÍCULA, CONSUMO EN EL HOGAR 2020

(% en relación al mismo periodo del año 2019)



Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

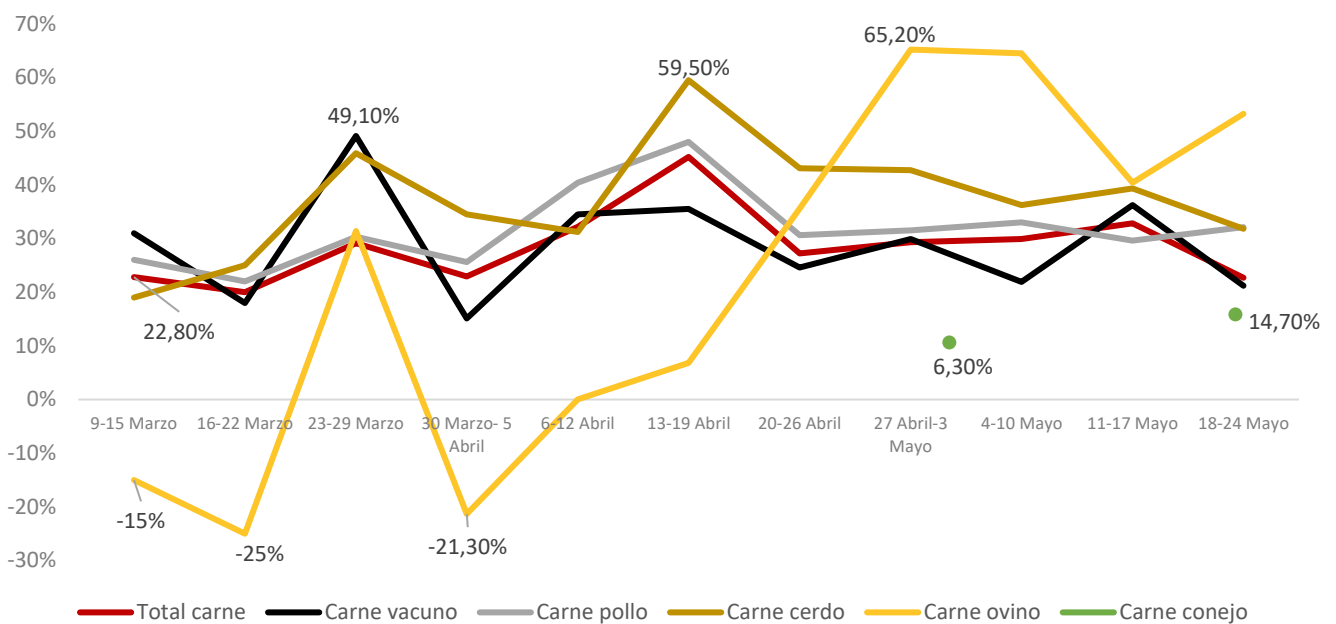
En cuanto a los productos cárnicos, el incremento de su consumo en la semana previa al confinamiento no presenta los valores tan elevados como los productos básicos no perecederos, al igual que ocurre con los productos hortofrutícolas. En la semana del 9 de marzo el incremento de consumo para el total de carne se situó en el 22,8% con respecto a los valores del año anterior, no es hasta mediados de la cuarentena cuando se alcanza el pico de mayor incremento de demanda (45,2%) del total de productos cárnicos. Lo que pone de manifiesto que durante la semana de "compras del pánico" el acopio de productos frescos no fue tan acusado como el de productos perecederos.

En cuanto al tipo de carnes, no todas presentan las mismas fluctuaciones de demanda, algunas carnes son más consumidas en hostelería, sector que echó el cierre durante la pandemia, por lo que su consumo disminuyó de manera drástica con respecto a los valores que presentaba en las mismas fechas del año anterior. De este modo las carnes como la ovina comenzó la semana previa al confinamiento con un crecimiento del consumo del -15%, alcanzando un crecimiento del -25% durante la primera semana de confinamiento. A partir de la semana del 30 de marzo, momento en el cual el consumo se sitúa en un -21,3% con respecto al año anterior, la tendencia

se vuelve positiva, llegando en la semana del 27 de abril a alcanzar el pico incremento de consumo más alto, con un 65,2% siendo además el mayor ascenso de consumo producido en cuarentena de todos los tipos cárnicos. El consumo de conejo se sitúa en valores iguales a los del año anterior, obteniendo incrementos de consumo únicamente en la semana del 27 de abril (6,3%) y la del 18 de mayo (14,7%).

CÁRNICO, CONSUMO EN EL HOGAR 2020

(% en relación al mismo periodo del año 2019)



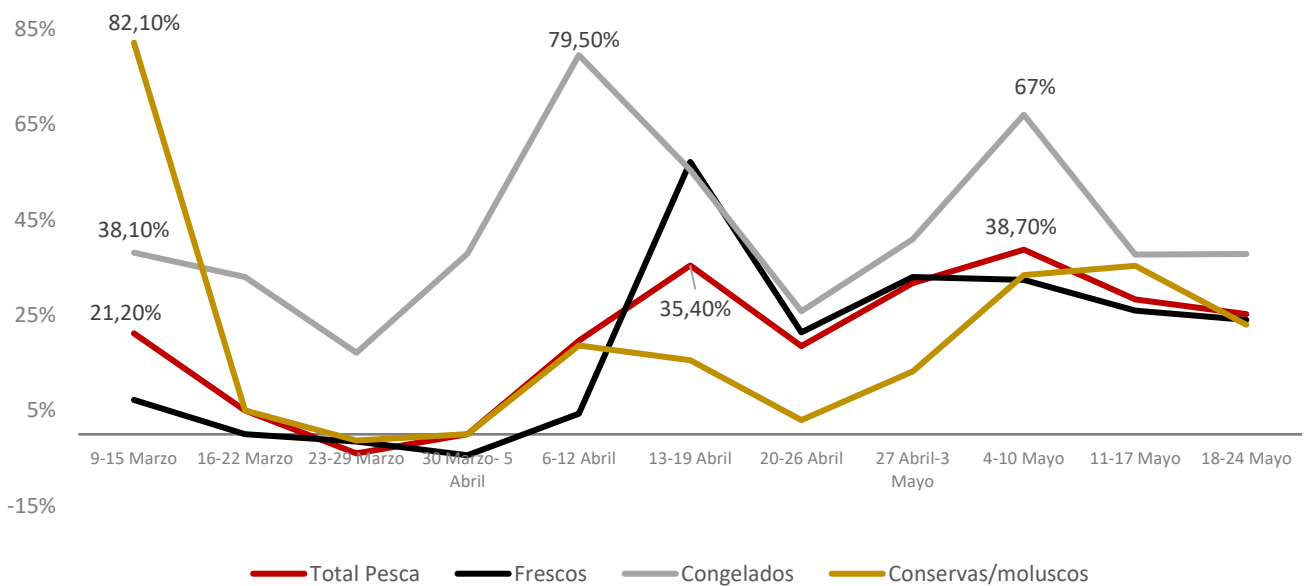
Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

El consumo de pesca, durante la semana del pánico tampoco ha experimentado los incrementos de consumo que otros productos no perecederos, ni siquiera la pesca congelada, que en dicha semana incrementó en un 38,1% con respecto al mismo periodo del año anterior. Si bien, al contrario de lo que ocurría con los alimentos no perecederos, los picos de incremento de consumo de pesca no coinciden con la semana previa al decreto del Estado de Alarma, sino a mediados del confinamiento. La excepción se encuentra en los productos pesqueros y moluscos en conserva, que al igual que en el caso de otros alimentos no perecederos su pico si coincide con la semana previa al confinamiento, cuando experimentó un incremento del 82,1%. Con respecto al consumo total de pesca, su máximo coincide con la semana del 4 de mayo con un 38,7%.

El consumo de pesca fresca es la que presenta menores aumentos, siendo negativo en las semanas comprendidas entre el 23 y el 5 de abril. La pesca congelada tuvo mayores incrementos de consumo, teniendo su pico máximo en la semana del 6 de abril, con un engruese del 79,5%. Se muestra así la tendencia de comprar menos productos frescos y más productos de menor caducidad.

PESCA, CONSUMO EN EL HOGAR 2020

(% en relación al mismo periodo del año 2019)



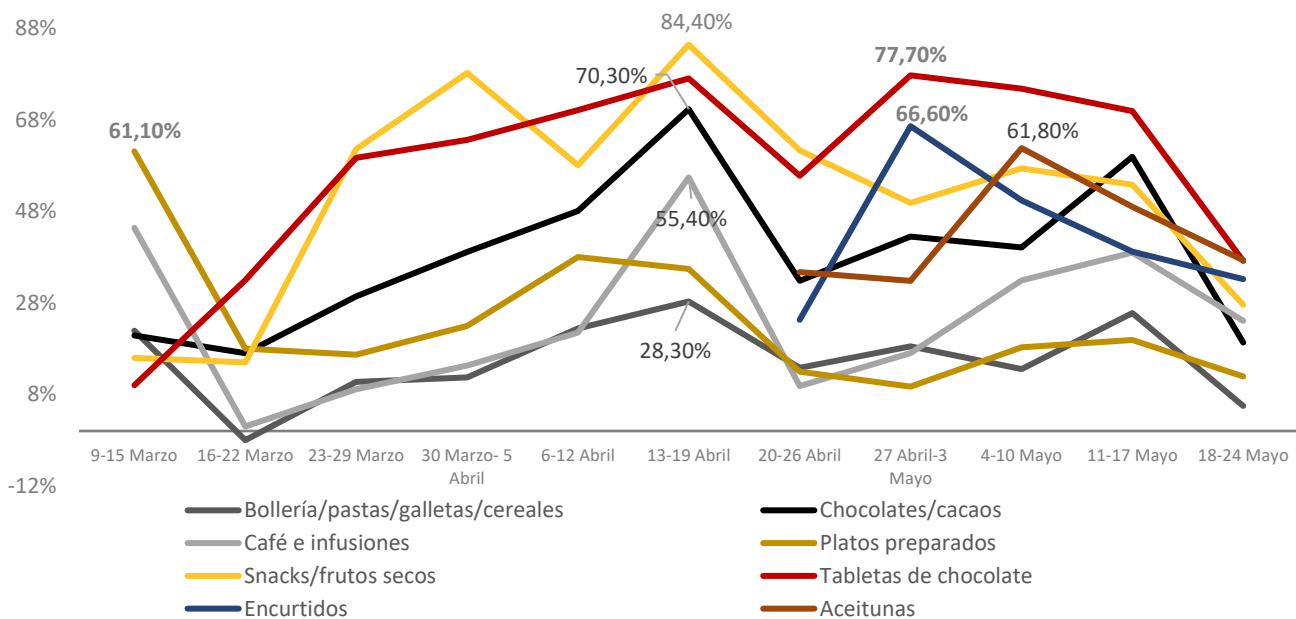
Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

El cambio de rutina ha transformado también los patrones de compra, se ha vuelto a entrar en las cocinas, dedicando más tiempo a la elaboración de alimentos. Se han recuperado algunas tradiciones culinarias como los platos de cuchara, con los establecimientos cerrados el consumo se ha trasladado a los hogares. Después de la semana de la histeria, y una vez que los hogares ya se abastecieron de alimentos de primera necesidad, comienza a crecer el consumo de productos de placer y de picoteo, el cierre de bares y restaurantes supuso el traslado del consumo a los hogares, se cocina más en el hogar y por ello se compran más productos para elaborar, al mismo tiempo que el picoteo se realiza en casa. Se incrementó de forma drástica el consumo de snacks y frutos secos, según datos de la consultora Kantar estos últimos incrementaron su consumo en un 84%, este aumento podría deberse, además de para su consumo directo, para la elaboración de postres y su utilización en diferentes platos de repostería, un caso similar es el del cacao, cuyo mayor incremento de consumo se registró

también en el mismo periodo de la cuarentena, entre el 13 y el 19 de abril, con un 70,3% más de consumo que el año anterior en las mismas fechas.

PICOTEO, CONSUMO EN EL HOGAR 2020

(% en relación al mismo periodo del año 2019)



Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

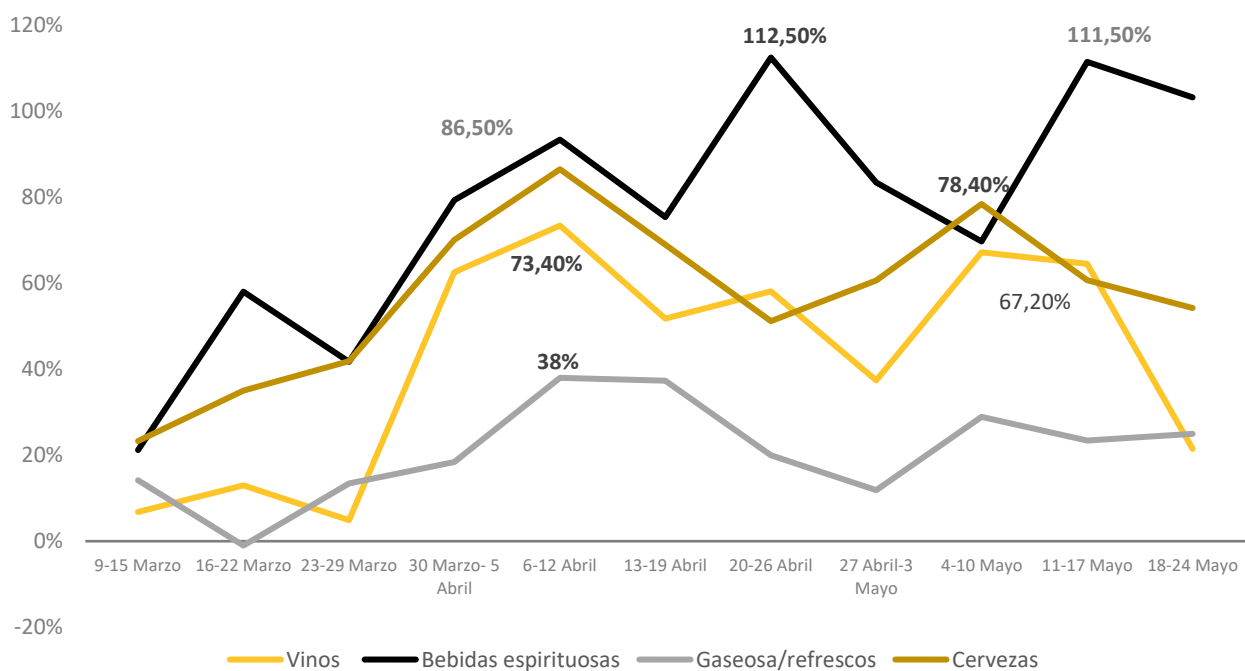
El acopio de productos de picoteo durante la semana previa a que se decretara el Estado de Alarma no es tan elevado como en las semanas posteriores ya en pleno confinamiento donde se producen los picos más altos. Al contrario con lo que ocurría con los productos de primera necesidad, que los presentaban en la semana previa al confinamiento. El consumo de platos preparados registra su máximo consumo antes del decreto del Estado de Alarma, elevando su consumo en un 61,1% con respecto al mismo del año anterior. El resto de productos analizados sin ser de primera necesidad tienen sus picos a mitad de cuarentena, en concreto en la semana del 13 al 19 de abril en la que se concentra mayores picos de diversos productos.

Los snacks y los frutos secos (84,4%) los chocolates y cacaos (70,3%), el café e infusiones (55,4%) y la bollería las pastas, galletas y cereales (28,3%) tienen su punto álgido de consumo durante esta semana de confinamiento. Los encurtidos (24,3%) y las aceitunas (34,7%) no incrementan su consumo con respecto al año anterior hasta la semana del 20 de abril, teniendo

en la semana del 22 un incremento del 66,6% en los encurtidos su pico más alto, mientras que las aceitunas lo alcanzan en la siguiente semana, la del 4 de mayo con un 61,8% de incremento. El consumo de tabletas de chocolate comenzó la semana previa al confinamiento con un aumento del 10%, sin embargo, su consumo tiene una tendencia positiva, llegando a su pico (77,7%) en la semana del 27 de abril, momento a partir del cual la tendencia se vuelve negativa siendo no obstante el producto de picoteo de mayor consumo. En el caso de los snacks y los frutos secos, comienzan con un incremento del consumo del 16%, llegando al 61,6% en la semana del 30 de marzo y situándose su pico (84,4%) en la semana del 13 abril, momento a partir del cual su tendencia se vuelve negativa, siguiendo no obstante con incrementos de consumo con respecto al año anterior elevados.

BEBIDAS, CONSUMO EN EL HOGAR 2020

(% en relación al mismo periodo del año 2019)



Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

En cuanto al consumo de bebidas, en la semana previa a la declaración del Estado de Alarma su incremento con respecto al año anterior no fue demasiado elevado. No obstante, a medida que aumentaban las semanas de confinamiento también se incrementaba el consumo de bebidas. Las gaseosas y los refrescos son el tipo de bebidas que ha experimentado menor incremento con respecto al año anterior, teniendo su pico máximo (38%) en la semana del 6 de abril. Esta semana también coincide con el pico máximo con respecto al año pasado de otras

bebidas como la cerveza, que incrementó su consumo en un 86,5%, o el vino con un incremento del 73,4%.

Las bebidas espirituosas tienen su pico de consumo máximo en la semana del 20 de abril con un incremento del 112,5%, sin embargo, desde la semana del 11 de mayo tiene un repunte cercano al pico con un incremento del 111,5%. El incremento del consumo de bebidas alcohólicas en los hogares surge como alternativa de ocio ante el cierre de los bares.

Pese a que a mitad de pandemia se observa el incremento en consumo de productos de picoteo y placer lo cierto es que parece existir cierta tendencia hacia una alimentación más sana y saludable durante el confinamiento, desde la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES), han apuntado que cada vez cala más la idea de una alimentación adecuada para un cuerpo sano y fuerte que tenga más defensas para hacer frente a virus y bacterias, además la vida sedentaria ocasionada por el confinamiento lleva a plantearse una alimentación más saludable para paliar las consecuencias del sedentarismo.



PAUTAS DE COMPRA



PAUTAS DE COMPRA

Pero la pandemia no solo ha influido en lo que comemos y lo que compramos sino también ha influido en cómo compramos. Si las pautas de consumo se han modificado también lo han hecho las pautas de compra, guiadas bajo la misma premisa, el exponerse lo mínimo posible al virus. De este modo, según datos de la consultora Kantar en la primera semana de confinamiento comprendida entre el 16 y el 22 de marzo, los españoles redujeron sus actos de compra en un 15%, pero llenaron más sus cestas y gastaron más dinero, el gasto medio en el ticket subió un 18%.

Los acopios de grandes cantidades de alimentos tenían como objetivo evitar salir de casa lo mínimo para evitar contagios, de este modo si antes de la pandemia se visitaba el super tres veces por semana ahora se realizan todas esas compras en una misma ocasión. Según apunta la consultora Kantar los españoles realizaron 18,3 millones menos de compras en la semana del 16 al 22 de marzo con respecto a la semana previa, sin embargo si analizamos el gasto en esta primera semana de confinamiento el gasto semanal se situó en los mismos valores que los dados en las 8 primeras semanas del año, y si comparamos el dato con la misma semana del año anterior el gasto se incrementó en un 10,5%.

La reducción en el número de compras no se ha manifestado por igual en todos los grupos poblacionales, el colectivo de mayores de 65 años, uno de los grupos más vulnerables, es el que más ha recudido sus actos de compra tras la declaración del Estado de Alarma, reduciendo sus visitas a supermercados en 11,2 millones.

Pero además de realizar menos compras y de mayor importe, también priman las compras de proximidad, que se han visto beneficiadas por el coronavirus, pues por un lado las restricciones de movilidad llamaban a realizar las compras en los supermercados más cercanos, mientras que por otro lado, se intentaba exponerse lo mínimo posible al virus y estar fuera del hogar lo mínimo.

Los supermercados regionales y de proximidad durante la pandemia han registrado una subida de tres puntos en cuota, hasta el 15,1%, esto es debido a que los supermercados más pequeños destacan por su cercanía a los hogares, tienen mayor volumen de tiendas aunque de menor tamaño que los grandes supermercados e hipermercados. Estos últimos son los que más han notado las consecuencias de la pandemia, según datos de la mencionada consultora Kantar las restricciones de movilidad afectan más a los grandes establecimientos pero de menos implantación, menor número de tiendas, ya que su red no permite llegar al consumidor que se

abastece dentro de un radio de distancia menor. El grupo Día y las cadenas de supermercados regionales han mejorado su cuota de mercado durante la pandemia frente a las caídas de Mercadona, Carrefour o Lidl, en busca del comercio de proximidad y evitando los desplazamientos largos. Día tiene la mayor red de tiendas con más de 4.200 establecimientos repartidos por el país y entre todas las regionales suman cerca de 5.000 locales.

Entre las cadenas que más cuota pierden está Mercadona que pierde 1,4 puntos de cuota y se sitúa en el 24,3%, le sigue Carrefour que retrocede un punto situándose en el 7,3% de ventas. Lidl pierde 1,7 puntos y se sitúa en una cuota del 5,4%. El auge de estas compras de proximidad, en dónde las marcas de distribución están menos presentes, ha ocasionado que las marcas de los principales fabricantes crezcan un 6%.

Otro de los efectos que ha tenido el coronavirus en nuestros hábitos de compra es el incremento de las ventas online, evitar las salidas del hogar para exponerse lo mínimo al virus ha supuesto un incremento de las ventas online que subieron un 73,7% en la segunda semana de confinamiento con respecto a la misma semana del año anterior, según datos de la consultora Nielsen. Las ventas de los supermercados se impulsaron un 16,2% a través del canal online, y muchos establecimientos que no disponían de esta modalidad de compra comenzaron a adaptar sus estructuras para hacer frente a la nueva situación.

Durante la segunda semana de confinamiento las compras online en alimentación crecieron un 55%, los supermercados experimentaron subidas que multiplicaron hasta por cuatro las ventas en valor, existiendo días en los que este canal ha supuesto el 25% de la facturación para algunas cadenas cuando hasta entonces se trataba de un canal residual.

Esto ha supuesto un reto en el sector de la distribución alimentaria, que ha tenido que dimensionar sus equipos destinados a la venta online, en unas primeras semanas en las que se evidenció su falta de adaptación a las nuevas necesidades con el retraso de pedidos, cancelaciones y webs que se caían temporalmente.

La incursión del consumo online en alimentación es mucho menor que en otros sectores como la moda o los viajes, los ingresos online de supermercados e hipermercados están creciendo en los últimos años, si bien en España solo suponía entre el 1,5 y el 2% de toda la facturación del sector al cierre de 2019, contrastando con las cifras de penetración de otros países europeos en donde el dato es sensiblemente superior.

La llegada del coronavirus ha supuesto un incremento del consumo online, creciendo sobre todo en el segmento "senior", más reacio a la compra a través de internet, y que prueba por primera vez la experiencia de comprar de forma virtual, pues el miedo a coronavirus supera el miedo a

la compra online. Según la patronal de empresas de gran consumo Aecoc, hay cadenas que algunos días concretos han concentrado en sus webs una cuarta parte de todo su negocio. Todo ello ha supuesto un reto para las distribuidoras de hacer frente a esta avalancha de demanda cuando estaban preparadas para atender por este canal a un 2% de sus ventas, sin embargo se han ido adaptando para poder ofrecer el servicio, muchas cadenas han cerrado tiendas físicas para dedicarlas exclusivamente a la entrega online de pedidos, otras han establecido alianzas con plataformas de reparto de envió a domicilio y muchas otras han duplicado y triplicado su personal.

Estas modificaciones en los patrones de compra y de consumo en los hogares ante la crisis sanitaria ha supuesto retos no solo para los supermercados y las cadenas de distribución, sino también para el sector agroalimentario encargado de su abastecimiento, quien ha tenido que ir adaptando su producción para satisfacer las fluctuaciones de demanda que se dieron durante la pandemia.

La semana previa al confinamiento con las llamadas "compras del pánico" produjeron el desabastecimiento de los supermercados obligando al sector agroalimentaria a trabajar a pleno rendimiento para dar respuesta al incremento de demanda, por otro lado los hábitos de consumo cambiantes a lo largo de la pandemia han supuesto la constante adaptación del sector para el aprovisionamiento de alimentos en los puntos de venta. Esta adaptación del sector ante los cambios de demanda producidos en la crisis sanitaria ha supuesto el enfrentamiento a grandes retos que abarcan desde efectos a nivel laboral, hasta organizativos y estructurales, además de otros derivados de las medidas de seguridad a implementar para la prevención de la covid-19.





5. 2. INDICADORES ECONÓMICOS

5.2. INDICADORES ECONÓMICOS: PIB Y VAB

A tenor de los datos publicados por el INE, el sector agroalimentario español contribuye al tejido económico nacional con 933.059 explotaciones agrarias y 30.780 empresas industriales alimenticias que generan el 4,8% del PIB nacional. (INE. *Estructura sobre las Explotaciones Agrícolas, 2016; Directorio Central de Empresas, 2019; Contabilidad Trimestral Anual, 2019*).

De manera ampliada, si se contabiliza junto a otras actividades específicas que dan soporte a su proceso productivo, como es la industria auxiliar de fertilizantes y semillas y la distribución alimentaria incluido el transporte, su contribución en el PIB asciende cerca del 11% (MAPA). Además de configurar la industria agroalimentaria el 15% del total de la industria (FIAB informe económico 2019).

En 2019, antes de la aparición de la crisis provocada por el coronavirus, el Valor Añadido Bruto (en adelante VAB) agroalimentario español se eleva a 59.442 euros, en el que tiene mayor peso la rama agraria que la de la industria alimentaria con el 56% y 44% del VAB total respectivamente. En cuanto a su evolución en cifras totales (sin el efecto del precio), el sector registra un incremento entre el 2015 y 2019 de 5.470 millones de € y sufre un decrecimiento en el 2019 con el año anterior, liderado por el sector agrario saldándose éste con una pérdida de 597 millones.

APORTACIÓN ECONÓMICA SECTOR AGROALIMENTARIO. 2019 DATOS INE

VAB **59.442** millones €

4,8% del PIB nacional

11% del PIB sector ampliado

VAB **33.017** millones €

AGRARIO

2,7% del PIB nacional

VAB **26.425** millones €

INDUSTRIA
ALIMENTARIA

2,1% del PIB nacional

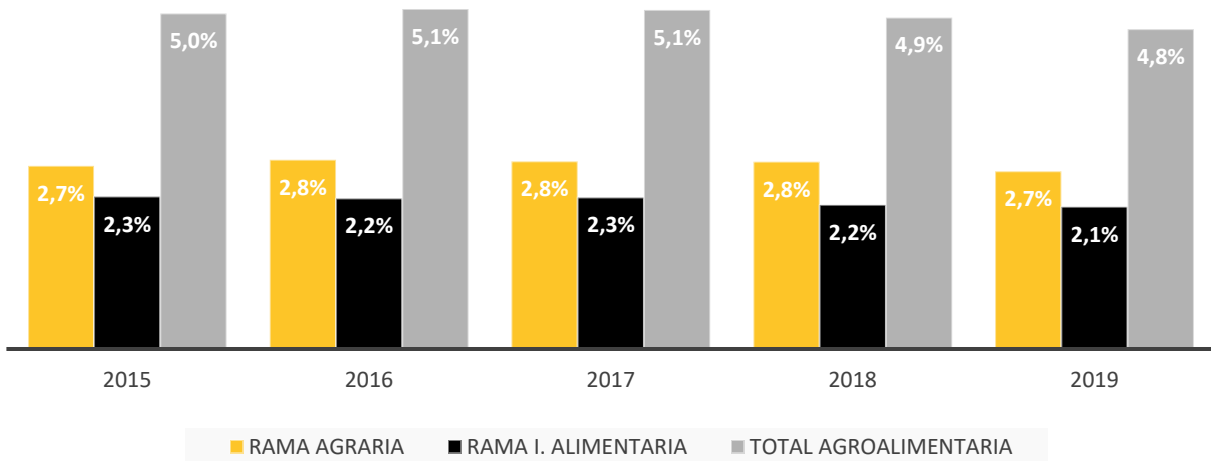
VAB NACIONAL Y AGROALIMENTARIO

Millones €	RAMA AGRARIA (cnae 01, 02 y 03)	RAMA I. ALIMENTARIA (cnae 10, 11 y 12)	TOTAL AGROALIMENTARIA	TOTAL NACIONAL
2015	29.476	24.496	53.972	1.077.590
2016	31.474	25.045	56.519	1.113.840
2017	32.553	26.255	58.808	1.161.878
2018	33.614	25.857 ¹	59.471	1.202.193
2019	33.017	26.425 ¹	59.442	1.245.331

Fuente: INE. Contabilidad Nacional Anual y Trimestral de España. ¹ Dato no disponible en el INE localizado en el Informe Económico de FIAB considerado por Estimaciones del Modelo Sectorial, CEPREDE.

Su evolución también se entiende en el conjunto de la crisis de 2008, en la que el sector agroalimentario llegó a su mínimo nivel en el 2012. A partir de ahí comienza a crecer exponencialmente, especialmente el sector primario, recuperándose a gran ritmo. Dentro del periodo analizado, es en el 2018 cuando se produce una desaceleración de su incremento, ocasionando sobre el conjunto de estos años una minoración de su aportación en el PIB nacional entorno a dos puntos. Ello también viene derivado por el crecimiento intenso de otros sectores y actividades productivas en ese periodo de recuperación.

PESO VAB AGROALIMENTARIO EN EL PIB



Fuente: INE. Contabilidad Nacional Anual y Trimestral de España.

El valor estratégico del sector se ha puesto de manifiesto durante la crisis sanitaria, por la labor desarrollada garantizando el suministro de alimentos, en la que la pandemia ha impactado fuertemente en la economía española por las duras restricciones. De tal forma que, mientras que en el primer y segundo trimestre de 2020 el PIB nacional se desploma con un volumen de -5,2% y de -18,5% con respecto al que le precede, inversamente en este mismo periodo el sector primario crece en un 1,6% y en un 4,4% respectivamente su Valor Añadido Bruto (VAB). Esta misma dinámica se manifiesta a nivel interanual en el que el PIB ha crecido un -22,1% sobre el 2019, registrando el sector agrario una variación del 0,3% en el primer trimestre e incrementando su volumen en el segundo hasta un 7,4% con respecto a los mismos trimestres del año anterior.

Agricultura único sector español que crece en el 2020 e incrementa su valor en el PIB en un 1% durante el Estado de Alarma

PIB Y CONTRIBUCIÓN POR SECTOR

VARIACIÓN TRIMESTRAL

Volumen encadenado referencia 2015

		2019			2020		
		T I	T II	T III	T I	T II	
PIB precios de mercado	<i>(valor porcentual)</i>	0,6	0,4	0,4	0,4	-5,2	-18,5
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca		-4,2	-2,5	1,3	0,1	1,6	4,4
Industria		0,7	0,5	0,4	-0,4	-6,5	-18,5
Industria manufacturera		0,3	0,0	0,3	0,1	-7,6	-21,4
Construcción		1,4	0,4	-0,6	-0,3	-6,8	-24,1
Servicios		0,8	0,6	0,4	0,6	-4,7	-19,1
Comercio, transporte y hostelería		0,9	0,3	0,5	0,5	-11,1	-40,4
Información y comunicaciones		0,2	-0,3	0,3	0,9	-2,7	-13,7
Actividades financieras y de seguros		2,6	3,0	1,1	1,7	3,4	3,4
Actividades inmobiliarias		0,4	0,5	0,4	0,7	0,0	-5,9
Actividades profesionales, científicas ...		1,0	0,8	0,5	0,7	-6,1	-28,2
Admón. pública, educación y sanidad		0,5	0,5	0,3	0,4	0,4	-1,0
Actividades artísticas, recreativas ...		0,3	0,4	-0,5	0,6	-8,5	-33,9
Impuestos menos subvenciones sobre los productos		-0,1	-0,1	0,6	0,5	-8,1	-17,6

Fuente: INE. Contabilidad Nacional Trimestral de España.



La agricultura es el único sector de entre los principales con tendencia positiva en una economía en recesión.

El resto de sectores recogen el mayor impacto, en especial algunas actividades del sector de servicios, el cual amortigua la caída -de forma insuficiente- con el tejido financiero y de seguros.

Se produce así, una disrupción abrupta del crecimiento nacional que mostraba una tendencia ascendente antes de la pandemia que, pese a su desaceleración en el 2019, estaba por encima de la media europea.

PIB Y CONTRIBUCIÓN POR SECTOR PRINCIPAL

VARIACIÓN INTERANUAL

(Volumen encadenado referencia 2015)

Volumen encadenado referencia 2015	2019				2020	2020
	T I	T II	T III	T IV	T II	T II
PIB precios de mercado <i>(valor porcentual)</i>	2,0	2,0	1,9	1,8	-4,1	-22,1
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	-0,1	-4,5	0,0	-5,4	0,3	7,4
Industria	-0,4	0,5	1,0	1,2	-6,0	-23,8
Industria manufacturera	0,1	0,0	0,7	0,7	-7,2	-27,1
Construcción	6,3	4,5	2,5	0,9	-7,3	-29,9
Servicios	2,9	2,8	2,4	2,4	-3,1	-22,0
Comercio, transporte y hostelería	3,2	2,7	2,6	2,3	-9,9	-46,4
Información y comunicaciones	2,3	0,2	0,5	1,1	-1,9	-15,1
Actividades financieras y de seguros	6,3	7,5	7,5	8,6	9,4	9,9
Actividades inmobiliarias	2,3	2,2	2,0	2,1	1,6	-4,8
Actividades profesionales, científicas ...	4,3	4,2	3,1	3,0	-4,2	-31,8
Admón. pública, educación y sanidad	2,2	2,4	1,9	1,7	1,6	0,1
Actividades artísticas, recreativas ...	0,4	1,7	0,4	0,8	-8,0	-39,5
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	-0,5	-0,7	0,1	0,9	-7,2	-23,4

Fuente: INE. Contabilidad Nacional Trimestral de España.

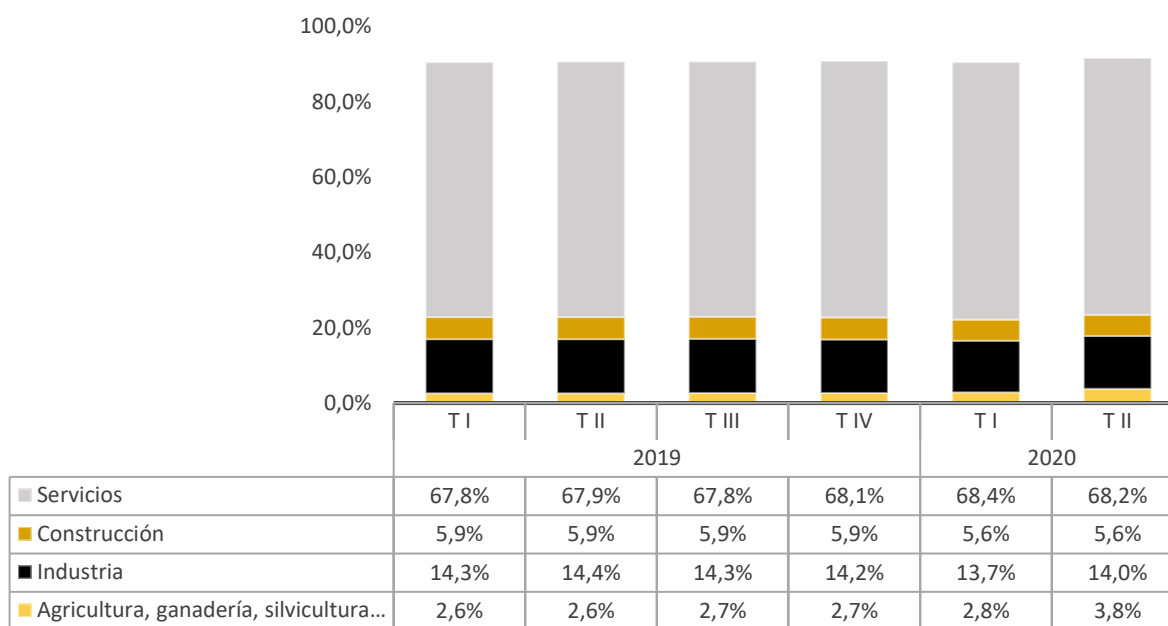
Tomando como referencia los valores totales, el sector primario durante la pandemia ha incrementado su contribución y valor en el conjunto del PIB, de tal forma que en el segundo trimestre de 2020 ha elevado su producción en cifras totales en 771 millones de euros con respecto al trimestre precedente y en 1.280 millones de euros a nivel anual, es decir sobre el segundo trimestre de 2019. Además también ha ascendido su peso y representatividad en la economía nacional en 1% sobre el primer trimestre del año y en 1,2% a nivel anual (en relación al segundo trimestre de 2020).

CONTRIBUCIÓN EN EL PIB POR SECTOR PRINCIPAL

<i>(Millones de €)</i>	2019				2020	
	T I	T II	T III	T IV	T I	T II
PIB nacional	307.370	310.369	311.882	315.710	299.661	244.877
Agricultura, ganadería, silvicultura...	8.073	7.990	8.463	8.491	8.509	9.280
Industria	44.003	44.622	44.691	44.766	41.146	34.338
Construcción	18.010	18.390	18.429	18.641	16.849	13.739
Servicios	208.284	210.613	211.396	214.866	204.832	167.086

Fuente: INE. Contabilidad Nacional Trimestral de España.

PESO POR SECTOR PRINCIPAL EN EL PIB



Fuente: INE. Contabilidad Nacional Trimestral de España.

Es imprescindible matizar que, en el instante del análisis no se dispone desde el INE de los datos concretos sobre el VAB agregados por sección -CNAE a dos dígitos-, por lo que no se puede conocer el efecto específico en la industria alimentaria. Sin embargo, al mantenerse activa toda la cadena alimentaria durante la expansión del virus es viable que, en caso de decrecer, su pérdida sea menor que en otras actividades o que este comportamiento creciente del sector primario extienda al conjunto del sector agroalimentario. Si bien todo ello se tendrá que analizar de forma específica con la información correspondiente, el cierre del canal HORECA y la desaceleración del turismo ha ocasionado, y va a seguir haciéndolo, consecuencias negativas en el sector aunque en menor grado que en el resto de sectores principales. Sin embargo, no cabe duda de que el papel del sector agroalimentario ha sido primordial en la economía nacional atenuando la caída y se posiciona como servicio esencial para la recuperación económica del país.

Como ya se adelantó, se estima que la recuperación económica comience en 2021 y sea más lenta y prolongada de lo estimado en un inicio, en la que los sectores principales de la economía tendrán un ritmo de recuperación distinto. Desde el Gobierno ya empieza a estimarse que no se alcance el nivel de crecimiento en el que se estaba antes de la crisis del coronavirus hasta el 2023. En este sentido, es de interés analizar los componentes del PIB en base al pronóstico de recuperación proyectado desde el Gobierno de España y analizar el ritmo que puede darse para el conjunto agroalimentario en función del consumo privado.

PRONÓSTICO DESDE EL GOBIERNO PARA ESPAÑA

PRINCIPALES INDICADORES (%)

	<i>Variación porcentual anual</i>	2019	2020	2021
PIB real		2.0	-9.2	6.8
Consumo privado		1.1	-8.8	4.7
Consumo público		2.3	2.5	1.8
Inversión (FBCF)		1.8	-25.5	16.7
Exportaciones de bienes y servicios		2.6	-27.1	11.6
Importaciones de bienes y servicios		1.2	-31	9.3
Empleo		1.5	-9.7	5.7
Tasa de paro (a)		14.1	19	17.2

Fuente: Gobierno de España.

Para el 2020 se espera una caída fuerte de la economía siendo en su conjunto mayor que la del consumo privado con la contracción del PIB en -9,2 puntos. Sin embargo en el 2021 la recuperación del consumo privado (4,7%) se dará a menor velocidad que la de la producción (6,8%) ubicándose por debajo del PIB en 2,1 puntos.

Fuerte contracción del consumo privado para el 2020 afectando a la partida de alimentación en menor grado frente a otros productos

Al valorar el tipo de consumo en los hogares se identifica que el ajuste se producirá en mayor medida en otros productos diferentes a la alimentación, especialmente en consumos que presentan costes más elevados o no son de primera necesidad como los alimentos. Pese a ello, también se verá recortada esta partida en los hogares españoles al contarse con menores ingresos por el fuerte impacto que ha tenido la crisis sanitaria en el empleo. Así se proyecta un incremento considerable de la tasa del paro para el 2020 en torno a 5 puntos y una recuperación menos intensa para el 2021 estimada en cerca de 2 puntos porcentuales.

Como ya se ha analizado mediante las pautas de compra y de consumo derivadas del confinamiento, las situaciones sociales y económicas modifican la cesta de la compra como los hábitos de los ciudadanos. Este hecho afectará al sector agroalimentario dándose un comportamiento de compra diferente al acontecido antes y durante la pandemia, en el que la partida de alimentos se verá reducida incluso se priorizarán unos alimentos sobre otros influyendo en la demanda de los mismos. Pese a ello, en conjunto la partida de alimentación se verá menos afectada que otros consumos. No obstante, el sector agroalimentario, aun siendo sector esencial, también ha sufrido el impacto de la crisis sanitaria previéndose una recuperación a menor ritmo con respecto a otros sectores.



5. 3. MERCADO LABORAL

5.3. MERCADO LABORAL

Una de las mayores consecuencias que está sufriendo la economía española por la crisis sanitaria, es la contracción del empleo proyectada desde la Comisión Europea en más de un -8,7% e incremento de la tasa del paro de casi el 19%.

En este contexto, los sectores considerados servicios esenciales



durante la pandemia, como el agroalimentario -en su caso para garantizar el abastecimiento del mercado y evitar problemas en la distribución- presentan un impacto menor pero no menos importante, dado que han podido mantener su actividad y el empleo en mayor nivel que otros segmentos de la economía que han sufrido severas restricciones. Así, estos servicios esenciales se configuran como sectores motores para la recuperación del empleo en España la cual se estima paulatina, dilatada y sectorial con diferentes ritmos.

Para proyectar en qué medida y cómo puede contribuir el sector en la reactivación del mercado laboral nacional, es necesario partir de una primera caracterización del empleo agroalimentario y

EMPLEO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO. 2019 DATOS INE (EPA)

1.315.200 ocupados

6,6% del total nacional

4% segmento agrario

2,6% industria alimentaria

971.900 asalariados

5,8% del total nacional

posicionamiento en el conjunto nacional, antes de la pandemia en 2019. Posteriormente a ésta se analiza, en este mismo epígrafe, cómo ha afectado la crisis sanitaria al empleo agroalimentario y en qué situación actual se ubica frente a otros sectores.

Atendiendo a los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), en base al tejido empresarial objeto de análisis del presente estudio configurado por el sector agrícola y pesca (cnae 01,02 y 03) y la industria alimentaria (cnae 10,11 y 12), la industria agroalimentaria proporciona 1.315.200 de

ocupados -el 6,6% del total nacional-. El 60,3% del empleo del sector se concentra en la agricultura, ganadería y pesca (797.300 personas) mientras que el 39,7% (521.900 personas) se

dedica a la industria alimentaria. En cuanto al empleo asalariado, el sector agroalimentario acumula el 5,8% del conjunto nacional.

En un sentido ampliado, es decir incluyendo la industria auxiliar de fertilizantes y semillas, el transporte y la distribución alimentaria, el sector agroalimentario genera un total de 2,7 millones de trabajadores (MAPA) lo que implica que proporciona más de 1.385.000 puestos de trabajo indirectos.

En un sentido ampliado del sector, incluyendo a otras actividades, genera un total de 2,7 millones de empleos

Analizando los últimos cinco años, el sector ha ido recuperando empleo desde la salida de la recesión en 2013, de este modo ha crecido en más de 104.900 personas respecto a 2015. Aun así, su trayectoria en el mercado laboral ha sido heterogénea presentando oscilaciones durante el último lustro.

La industria alimentaria, bebidas y tabaco aumenta la creación de empleo en 2019 en 17.000 trabajadores

Este comportamiento se resume en un ascenso del empleo hasta el 2017, el cual fue a mayor ritmo en el sector agrario. A partir de ese momento, la ocupación desciende debido a la pérdida de trabajadores en este sector primario. La industria

alimentaria minoriza la intensidad de la caída con un aumento del 3,4% de la cifra de ocupados en 2019, posicionándose como una fuente de empleo activo en el mercado nacional.

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN OCUPADA

(media de los cuatro trimestres del año. Miles de personas)

Año	TOTAL ECONOMÍA NACIONAL	TOTAL AGROALIMENTARIO (1+2)	(1) AGRARIO (cnae 01,02 y03)	(2) INDUSTRIA ALIMENTARIA (cnae 11,11 y 12)
2015	17.866	1.210,3	736,8	473,5
2016	18.341,5	1.256,9	774,5	482,4
2017	18.824,8	1.325,7	819,5	506,2
2018	19.327,7	1.317,5	812,6	504,9
2019	19.779,3	1.315,2	793,3	521,9

1. La rama Agrario hace referencia a la Sección de Agricultura y Pesca que integra los CNAE relativos al GRUPO A: 01, 02 y 03 que corresponden al sector primario

2. La rama de Industria Alimentaria hace referencia a la Industria Alimentaria, Bebidas y Tabaco que integra los CNAE de la industria: 10, 11 y 12

PESO DE LA POBLACIÓN OCUPADA EN EL SECTOR

(valor porcentual)

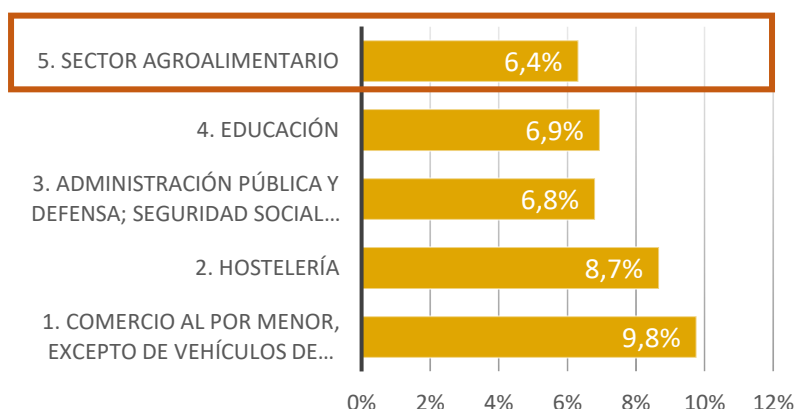
Precisamente debido a este incremento en el último año comparable, la industria de la alimentación, bebidas y tabaco ha subido su representación en la ocupación del sector agroalimentario en 1,4 puntos porcentuales en retroceso del segmento agrario.

Años	AGRARIO (cnae 01,02 y03)	INDUSTRIA ALIMENTARIA (cnae 11,11 y 12)
2015	60,9	39,1
2016	61,6	38,4
2017	61,8	38,2
2018	61,7	38,3
2019	60,3	39,7

Fuente: INE. Mercado Laboral. Encuesta de Población Activa

POSICIONAMIENTO EN LA ECONOMÍA NACIONAL POR NIVEL DE OCUPADOS. Año 2019

(media de los cuatro trimestres del año)



El tejido agroalimentario, configura uno de los sectores más relevantes para la generación de empleo, situándose como el quinto con mayor concentración de ocupados en el global de la economía española.

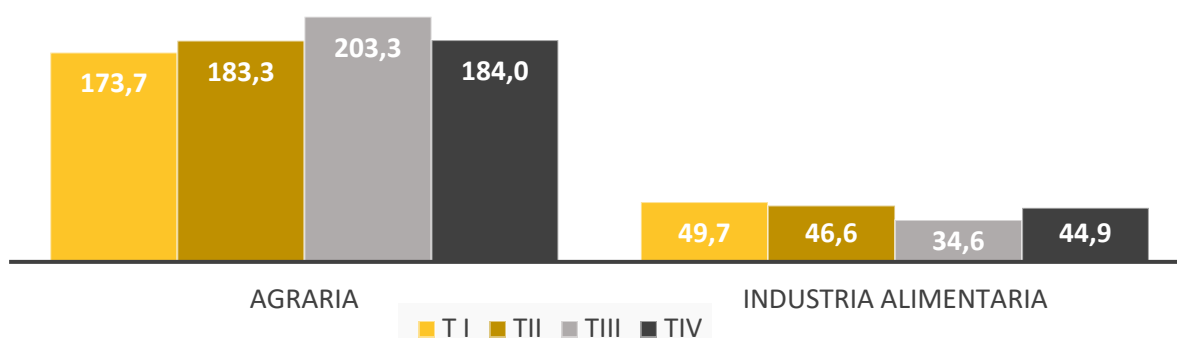
Fuente: INE. Mercado Laboral. Encuesta de Población Activa

Bajo este contexto, de los más de 19,7 millones de ocupados españoles el 4% (797.300 personas) se emplea en el sector primario y el 2,6% (521.900 personas) en la industria alimentaria, en la que la rama de alimentos tiene mayor volumen acumulando el 2,3% (456.100 personas) de la ocupación nacional. Asimismo, la industria alimentaria, en cuanto a la cifra de ocupados, genera más 20,9% del empleo en la industria manufacturera.

En referencia al desempleo, la Encuesta de Población Activa (INE) muestra un deterioro del empleo agroalimentario en el segmento agrario que arrastra desde el 2018. Mientras que la industria alimentaria aprecia un descenso del paro a lo largo del año, presentando su mínimo en el tercer trimestre, en el que el sector primario recoge su máxima. En valores absolutos el desempleo agrario en 2019 se cifra en torno a 230.000 personas, experimentando un ligero descenso con respecto al ejercicio anterior (2018) de aproximadamente 4.900 parados.

POBLACIÓN EN PARO. Año 2019

(miles de personas)



Fuente: INE. Mercado Laboral. Encuesta de Población Activa

Durante el último lustro los afiliados al sector se han incrementado paulatinamente, hasta alcanzar un total de más 1.575.600 de afiliados en 2019. Se produce una estabilidad de la afiliación en la actividad agroalimentaria, dirigida principalmente por la industria de la alimentación, bebidas y tabaco consolidando e incrementado su número de afiliados durante 5 años consecutivos.

Por lo que, la ampliación de afiliación se debe al buen funcionamiento de la industria alimentaria, mientras que disminuye ligeramente en el segmento agrario.

Cabe matizar que, la cifra de afiliados, no es coincidente con el número de trabajadores,

sino que recopila las situaciones por las que una persona cotiza, pudiendo contabilizarse tantas veces como situaciones genere. Además, tampoco es comparable en cifras con el número de ocupados dado que presentan metodologías diferentes de recogida de datos, sin embargo, presentan una conducta similar en cuanto a que su mejora obedece al crecimiento de la industria alimenticia. El grueso de la afiliación recae en el agregado primario, ostentando el 72,1% del sector lo que supone 1.135.300 de afiliados. El 27,9% restante correspondiente a la industria alimentaria que en el conjunto de la industria manufacturera representa el 21,2% de las afiliaciones totales. Analizando la configuración del empleo en cuanto al régimen de las afiliaciones en la Seguridad Social, el 79,8% se registran en Régimen General por lo que predomina la contratación por cuenta ajena en el mercado laboral agroalimentario, concentrándose los autónomos del sector en la rama agraria -segmento regido por el Régimen

AFILIACIÓN DEL SECTOR AGROALIMENTARIO. 2019 DATOS SEPE

1.575.600 afiliados

79,8% en Régimen General

19,8% en R.E. Autónomos

8,7% de la afiliación nacional

Especial Agrario-. Es precisamente la afiliación por cuenta propia la que se ha reducido con respecto a 2018, siendo ésta notoria en la industria alimentaria.

El 7,9% de los afiliados españoles en régimen general trabaja en el sector agroalimentario

EVOLUCIÓN DE LA AFILIACIÓN. Años 2015–2019

(media de los cuatro trimestres del año)

<i>Miles de personas</i>	TOTAL ECONOMÍA NACIONAL	TOTAL AGROALIMENTARIO (1+2)	(1) AGRARIA	(2) INDUSTRIA ALIMENTARIA
2015	17.087,35	1.505,5	1.114,1	391,4
2016	17.600,80	1.530,1	1.125,60	404,5
2017	18.222,50	1.557,7	1.139,90	417,8
2018	18.787,40	1.566,4	1.136,40	430,0
2019	19.779,30	1.575,6	1.135,30	440,3

1. La rama Agraria integra los CNAE relativos al GRUPO A: 01, 02 y 03 que corresponden al sector primario

2. La rama de Industria Alimentaria integra los CNAE de la industria: 10, 11 y 12

Fuente: Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad. Anuario de Estadísticas 2019

TRABAJADORES AFILIADOS EN ALTA LABORAL Año 2019

(miles de personas)

Actividades Económicas	TOTALES	Rég. General	R.E. Autónomos
AGRICULTURA Y PESCA	1.135,2	856,4	278,8
01 Agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados ...	1071,6	812,0	259,6
02 Silvicultura y explotación forestal	27,2	21,9	5,3
03 Pesca y acuicultura	36,4	22,5	13,9
INDUSTRIA ALIMENTARIA, BEBIDAS Y TABACO	440,4	401,4	39,0
10 Industria de la alimentación	389,3	353,6	35,7
11 Fabricación de bebidas	49,5	46,2	3,3
12 Industria del tabaco	1,6	1,6	0,0
TOTAL, AGROALIMENTARIO	1.575,6	1.257,8	317,8

Fuente: Ministerio de Trabajo y Economía Social. Anuario de Estadísticas 2019

COMPARATIVA AFILIACIONES. Años 2018-2019

(variación con respecto a 2015)

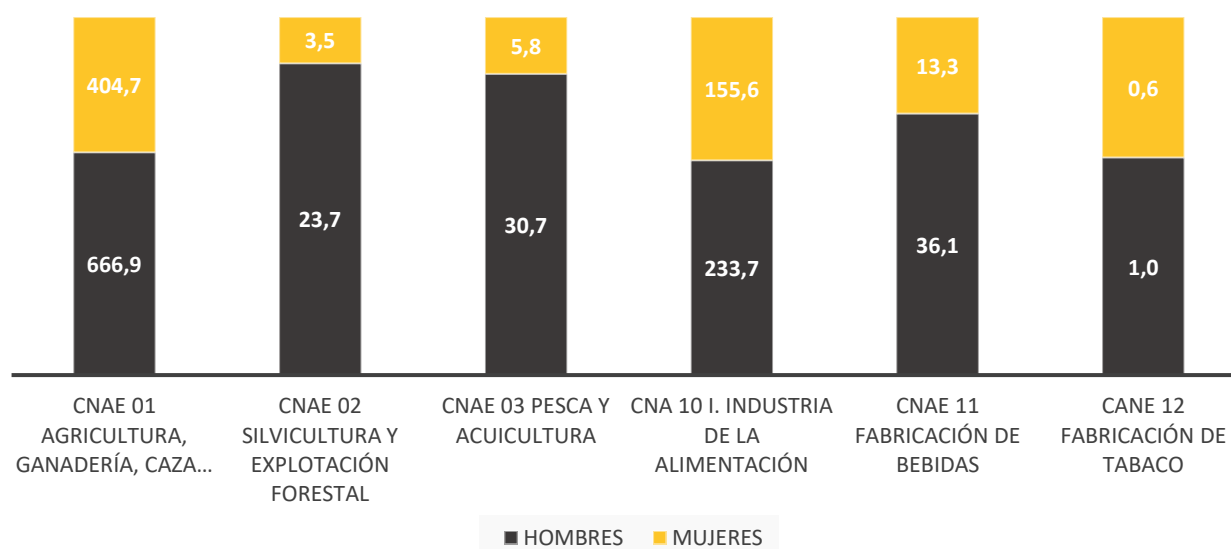
Segmento del sector	Var. total de afiliados		Var. de afiliados por régimen			
	Número	%	Rég. General		R.E. Autónomos	
			Número	%	Número	%
AGRARIO	-1,2	-0,1	-0,8	-3,6	-0,3	-2,2
INDUSTRIA ALIMENTARIA	10,4	2,4	22,5	6,4	-12	-33,6
TOTAL, AGROALIMENTARIO	9,2	0,6	21,7	1,7	-12,3	-3,9

Fuente: Ministerio de Trabajo y Economía Social. Anuario de Estadísticas 2019

El comportamiento del empleo identifica sesgos en el mercado laboral del sector, siendo notoria la diferencia de género al alcanzar las mujeres el 37,1% que se cifra en 583.600 afiliaciones sobre un total de más de 1,5 millones. Este sesgo se mantiene activo en ambas ramas como en sus actividades económicas, al igual que en otros indicadores, como es el número de ocupados en el que el 28,5% de las personas empleadas en el sector son mujeres (*INE. Datos 2019*). Configura un sector en el que se percibe la segregación de género. Aunque esta discrepancia de género no ha incrementado en los últimos años dando incluso signos de reducción, hay que seguir insistiendo en la incorporación y presencia de las mujeres en el cómputo global del sector agroalimentario.

DISTRIBUCIÓN DE AFILIADOS POR ACTIVIDAD ECONÓMICA Y GÉNERO. Año 2019

(valores porcentuales)



Fuente: Ministerio de Trabajo y Economía Social. Anuario de Estadísticas 2019

**CONTRATACIÓN DEL SECTOR
AGROALIMENTARIO. 2019**
DATOS SEPE

3.959.676 contratos

3.133.669 segmento agrario

826.007 industria alimentaria

17,6% de la contratación nacional

alimentaria concentra el 20,9%. Además, en el cómputo global aglutina el 17,6% de la contratación nacional.

Considerando el Informe relativo a 2019 sobre las Actividades Económicas con Tendencia Positiva en la Contratación (*SEPE. Observatorio de las Ocupaciones*), entre las actividades económicas que en 2019 muestran mejor perspectiva de contratación, se encuentran las tres más representativas del sector -CNAE 01 agricultura, ganadería y caza y servicios relacionados, CNAE 10 industria de alimentación y CNAE11 fabricación de bebidas-. Ello implica que el sector se posiciona como fuente de empleo ante el incremento de contratos en comparación con años anteriores, sin tener en cuenta otros factores que actúan en el mercado laboral.

**Tendencia positiva de
contratación en el sector
y nicho de empleo para
colectivos prioritarios de
inserción**

Al analizar más detalladamente esta contratación, la industria de la alimentación ha experimentado la mayor subida del sector en contratos respecto a 2018 y se exhibe como la actividad más estable al crear mayor porcentaje de empleo indefinido.

ACTIVIDADES DEL SECTOR CON TENDENCIA POSITIVA DE CONTRATACIÓN. Año 2019

(miles de personas y valores porcentuales)

Actividad Económica	Contratos	% Var. Inter. ¹	Tasa ² Estabilidad	Rotación ³	% Var. Indefinidos	% Var. Temporales
01 Agricultura, ganadería...	3.133.048	2,2	3,0	3,3	-4,1	2,6
10 Industria alimentación	757.758	6,9	7,2	2,8	7,1	6,9
11 Fabricación bebidas	68.249	3,8	0,1	0,0	-8,1	4,9

¹Variación interanual de contratación ² Porcentaje de contratación indefinida ³ Número de contratos por persona

Fuente: SEPE. Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (Observatorio de las Ocupaciones: Actividades Económicas con tendencia positiva en la contratación. 2019)

Tanto los fabricantes de bebidas como en las explotaciones agropecuarias, han disminuido la capacidad de generar contratación indefinida respecto al ejercicio anterior. Esta situación se asevera en la rama de agricultura, dado que en 2019 su incremento interanual del paro fue entorno a más de 1% de tal forma que el crecimiento de la contratación puede obedecer a la rotación que presenta cada trabajador, siendo ésta de 3,3 contratos al año de media por agricultor o ganadero. La temporalidad del sector es alta, especialmente en la agricultura ascendiendo la rotación por trabajador en un 0,2% en el último año en detrimento de la contratación indefinida.

Por otro lado, el sector agroalimentario favorece la empleabilidad en colectivos prioritarios con dificultad para acceder al mercado laboral, así constituye un nicho de empleo para las mujeres y las personas mayores de 45 años. Durante el 2019 tanto la actividad agropecuaria (CNAE 01) como la industria alimentaria (CNAE 10) sumaron más de 2.371.789 contratos 1.158.034 contratos a mujeres y 1.213.755 contratos a personas mayores de 45 años). Entre los dos colectivos acumulan cerca del 57% de las contrataciones del sector.

ACTIVIDADES DEL SECTOR CON CRECIMIENTO DE LA CONTRATACIÓN EN COLECTIVOS. Año 2019

(miles de personas y valores porcentuales)

Actividades Económicas	Mujeres				Mayores de 45 años			
	Contratos	% Var. Inter. ¹	Tasa ² Estabilidad	Rotación ³	Contratos	% Var. Inter. ¹	Tasa ² Estabilidad	Rotación ³
01 Agricultura, ganadería...	788,5	3,6	3,1	2,5	1.040,5	6,53	2,73	3,26
10 Industria alimentación	369,4	8,6	6	2,9	173,2	9,85	7,94	2,79

¹ Variación interanual de contratación ² Porcentaje de contratación indefinida ³ Número de contratos por persona

Fuente: SEPE. Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (Observatorio de las Ocupaciones: Actividades Económicas con tendencia positiva en la contratación. 2019)

En resumen, el empleo agroalimentario representa el 6,6% de la cifra de ocupados a nivel nacional, situándolo como la quinta estructura productiva con mayor número de trabajadores, y la principal en el conjunto del sector industrial, además aglutina el 8% de las afiliaciones y el 17,6% de los contratos formulados durante el 2019. Se posiciona como un sector con relevante influencia en el comportamiento del mercado laboral español, no solo por su factor cuantitativo en cifras, sino también cualitativamente.

En este aspecto, se manifiesta por su diversidad al integrar una variedad amplia de actividades económicas que representan que integran a toda la cadena alimentaria. También configura una fuente importante de empleo en colectivos de difícil inserción y favorece la fijación de la población rural, ente otros aspectos.

Teniendo en cuenta la situación del empleo agroalimentario antes de la pandemia, se mide el impacto del coronavirus en el mercado laboral del sector. Para ello se han analizado, además de los primeros datos de la EPA a nivel trimestral (1º y 2º Trimestre), los aportados por el Servicio Público de Empleo como del propio Ministerio de Trabajo y Economía Social mensualmente, los cuales hacen referencia al número de parados, colocaciones -medida en puestos laborales-, afiliados y contratos. A fin de conocer con mayor criterio las consecuencias producidas por la epidemia en el empleo, se evalúa el primer semestre del año y, en especial los meses de confinamiento en el que ha durado el Estado de Alarma. También se compara esa temporalidad semestral con la del ejercicio anterior de 2019 para indagar sobre el efecto que ha tenido estos meses en el ritmo y evolución del propio sector.

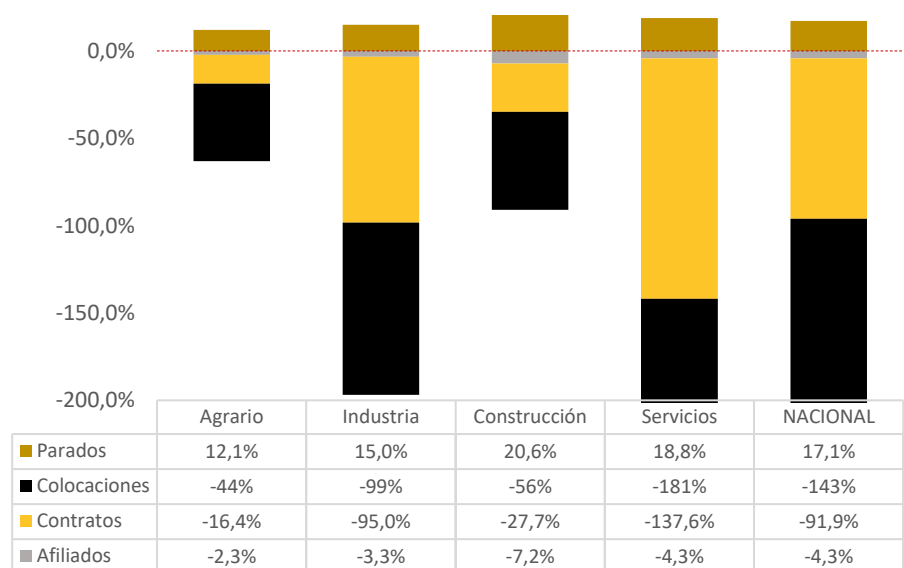
Durante el segundo trimestre de 2020, en base a los datos de la EPA, la cifra de ocupados desciende en un 2,6% sobre el trimestre precedente. Pasa de 1.313.000 a 1.279.000 ocupados. Ambas ramas de actividad, la agraria y la industria alimentaria presentan la misma tendencia decreciente, siendo mayor en el sector primario al reducir en 21.000 las personas ocupadas (-2,8%). Esta información, ofrece una visibilidad inicial de las secuelas del confinamiento en el global de la economía, especialmente en el sector de servicios. De las 1.074.000 bajas de ocupados registradas en relación con el primer trimestre del año, 816.900 son en ese sector.

Debido al cierre del Canal HORECA y la paralización del turismo como de una gran parte del comercio durante los meses en el que el Estado de Alarma ha estado vigente, el sector servicios recoge las mayores consecuencias. La cifra de colocaciones de puestos de trabajo se contrae hasta un 181% y las contrataciones se reducen en un 137,5% con respecto a su trayectoria en 2019.

IMPACTO EN EL EMPLEO NACIONAL ESTADO DE ALARMA. Año 2020

marzo a junio

(% en relación al mismo periodo de 2019)



Fuente: SEPE. Estadísticas de empleo y de contratos (2019-2020) y Ministerio de Trabajo Economía Social. Boletines de Estadísticas 2020.

Aunque el grueso inicial de la epidemia afecta de manera más severa al sector servicios, la preocupación por sus consecuencias se extiende a todos los sectores y subsectores de la economía española. En relación a la industria y construcción también registran un ascenso del paro, especialmente en este último, y una reducción importante de afiliados que ha puesto freno a los cinco años de crecimiento consecutivo de afiliación que registraban ambos tejidos productivos.

El sector primario integrado en la industria agroalimentaria, a pesar de haber desarrollado

un papel activo y clave durante la crisis para mantener el abastecimiento de alimentos, también observa un efecto negativo en el empleo, en este caso, menor que el resto de sectores y por debajo de la media nacional. Aun así, el paro entre los agricultores, ganaderos y pescadores ha ascendido en 25.700 personas sufriendo un incremento del 12,1% con respecto a 2019.

El sector primario el menos afectado por la crisis sanitaria, incrementa la cifra de parados durante el Estado de Alarma en 25.700 personas sobre el 2019

CIFRAS DEL EMPLEO NACIONAL ESTADO DE ALARMA. Año 2020 marzo a junio

(miles de personas)

SECTORES	Afiliados		Contratos		Colocaciones		Parados	
	2.019	2.020	2.019	2.020	2.019	2.020	2.019	2.020
Agrario	1.151,2	1.125,4	977,4	839,8	728,7	504,4	148,7	169,1
Industria	2.277,1	2.203,4	759,2	389,4	369,5	186,2	270,9	318,7
Construcción	1.260,0	1.175,7	431,8	338,0	404,8	259,5	256,1	322,3
Servicios	14.578,3	13.973,1	5.391,4	2.268,8	6.044,5	2.152,2	2.175,5	2.680,2,1
NACIONAL*	19.266,5	18.477,6	7.559,8	3.939,9	7.547,6	3.102,2	3.128,4	3.775,1

* La cifra nacional no coincide con la suma de los sectores dado que no se han incluido los datos correspondientes a otras situaciones como los parados sin empleo anterior o los contratos sin clasificación.

Fuente: SEPE. Estadísticas de empleo y de contratos (2019-2020) y Ministerio de Trabajo y Economía Social. Boletines de Estadísticas 2020.

El mercado laboral agroalimentario, entre enero y junio de 2020, asume un incremento del paro del 18,1% y una reducción de la contratación del 47,3%

Pese a que ya se apreciaba una ralentización y descenso del empleo agrario, con la aparición de la pandemia se ha visto principalmente perjudicada la rama productiva dedicada a la hostelería, debido al cerrar del canal HORECA, afectando también a las exportaciones y

directamente ambas al empleo del sector. Esta situación se extiende al conjunto de la actividad

agroalimentaria, que en los seis primeros meses de 2020 siendo uno de los ámbitos productivos con menor repercusión negativa, advierte un incremento del 18,1% del número de parados y un descenso en la afiliación del 2%, lo que coloca la pérdida en 48.281 empleos y 31.010 afiliados.

La merma del empleo también se produce en la contracción desde el mes de enero, entorno a la mitad tanto del número de contrataciones como de las incorporaciones de puestos laborales realizadas en junio, disminuyendo en 122.475 contratos y 107.344 colocaciones respectivamente.

En cuanto al efecto concreto del Estado de Alarma durante los meses que ha estado vigente, se observa el efecto negativo del Covid a partir del mes de marzo registrando su mayor impacto en el mes de junio. Así, en el mes en el que se inició la desescalada se manifiesta desde marzo un incremento notable del desempleo en 35.278 personas y un descenso significativo de 16.228 afiliados y de 3.454 contratos.

EMPLEO AGROALIMENTARIO PRIMER SEMESTRE. Año 2020

(miles de personas)

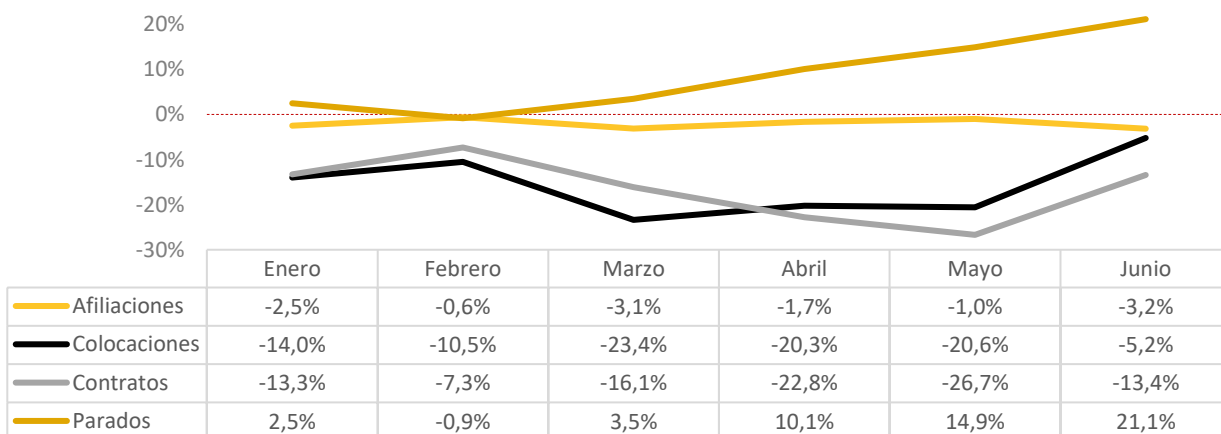
	Afiliados	Contratos	Colocaciones	Parados
Enero	1.548.703	304.854	291.766	218.505
Febrero	1.554.255	295.994	210.492	221.217
Marzo	1.533.921	262.297	177.461	231.685
Abril	1.564.370	229.970	154.729	240.758
Mayo	1.587.745	289.932	203.426	242.385
Junio	1.517.693	258.843	184.422	266.963
TOTAL	1.551.115	1.718.354	1.222.296	236.919

Fuente: SEPE. Estadísticas de empleo y de contratos (2019-2020) y Ministerio de Trabajo y Economía Social. Boletines de Estadísticas 2020.

Disrupción de la consolidación del aumento de la afiliación en el sector en el primer semestre del año

EMPLEO AGROALIMENTARIO primer semestre 2020

(% en relación al mismo periodo del año 2019)



Fuente: SEPE. Estadísticas de empleo y de contratos (2019-2020) y Ministerio de Trabajo y Economía Social. Boletines de Estadísticas 2020.

En la tabla superior se observa la minoración del empleo agroalimentario desde inicios de año. La pandemia no ha permitido, como en años anteriores según la producción, que el sector pueda repuntar su mercado laboral durante estos meses a pesar de constituir un servicio esencial. Al comparar el alcance negativo de la Covid con respecto a 2019, éste es mayor que el alcanzado en los seis primeros meses, viéndose especialmente afectados en abril y mayo con el descenso notorio tanto de las colocaciones como de los contratos firmados por encima del 20%.



El efecto Covid no ha tenido la misma repercusión en las actividades productivas de la cadena alimentaria. Mientras que los productores de tabaco han generado empleo, el de bebidas ha sufrido una importante contracción en su capacidad de contratación que se expande también a los fabricantes de alimentos y en general a toda la rama

productiva. En global, en la industria alimenticia la aparición de la pandemia les ha sorprendido en pleno crecimiento y estabilización del empleo, proceso que llevan registrando desde el 2013 de forma consecutiva por el buen funcionamiento del sector.

EMPLEO POR RAMA DE ACTIVIDAD AGROALIMENTARIA ESTADO DE ALARMA. 2020

marzo a junio (Variación Interanual)

(en relación al mismo periodo del año 2019)

	AGRARIA				I. ALIMENTARIA, BEBIDAS Y TABACO			
	Agricultura cnae01	Silvicultura cnae02	Pesca cnae03	TOTAL AGRARIO	Alimentos cnae10	Bebida cnae11	Tabaco cnae12	TOTAL I. ALIMENTARIA
Afiliados	-2,3%	-1,1%	-3,6%	-2,3%	-1,6%	-6,0%	-2,1%	-2,1%
Contratos	-16,6%	-4,4%	-24,1%	-16,4%	-30,8%	-93,1%	-13,8%	-34,2%
Colocaciones	-14,0%	-2,1%	-15,5%	-13,7%	-42,2%	-114,9%	-14,6%	-46,3%
Parados	12,1%	13,0%	8,4%	12,0%	6,0%	11,7%	-32,9%	6,2%

Fuente: SEPE. Estadísticas de empleo y de contratos (2019-2020) y Ministerio de Trabajo y Economía Social. Boletines de Estadísticas 2020.

Por el contrario, la rama de agricultura y pesca arrastraba una desaceleración en la creación de empleo. Con la llegada de la crisis sanitaria se ha sumado esta pérdida de empleo con la generada por la pandemia, a pesar de ello el incremento no ha supuesto una subida exponencial del desempleo. Por otro lado, ha registrado en menor medida la reducción de contratos y colocaciones, por lo que es viable que haya orientado sus recursos humanos en las renovaciones

o ampliaciones de contratos para poder mantener el nivel de trabajo ante el incremento de la demanda del consumo.

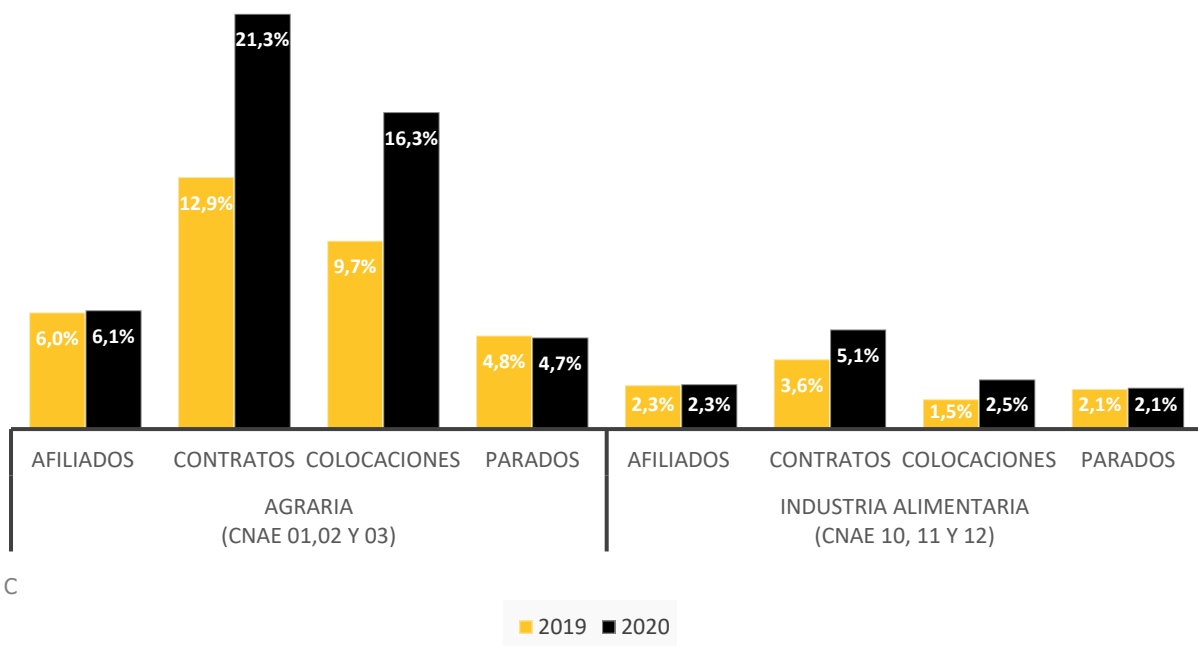
El conjunto del sector agroalimentario, ante la caída masiva del empleo en otros sectores, ha aumentado su peso o representación en el conjunto nacional con respecto al año pasado en el número de contratos y colocaciones, liderando el incremento la rama agraria. De este modo, el 26,4% (1.041.042 contratos) de las contrataciones efectuadas y el 23,2% (720.038 colocaciones) de los puestos creados durante el Estado de Alarma corresponden al sector agroalimentario.

El sector incrementa su peso en el mercado laboral y asume la cuarta parte de las contrataciones realizadas durante el confinamiento

Mismamente, se ha convertido en un sector estratégico en el mercado laboral durante la pandemia, mitigando el impacto de la crisis y posicionándose vital para la recuperación de la economía.

PESO EN EL CONJUNTO NACIONAL POR RAMA DE ACTIVIDAD DURANTE EL ESTADO DE ALARMA

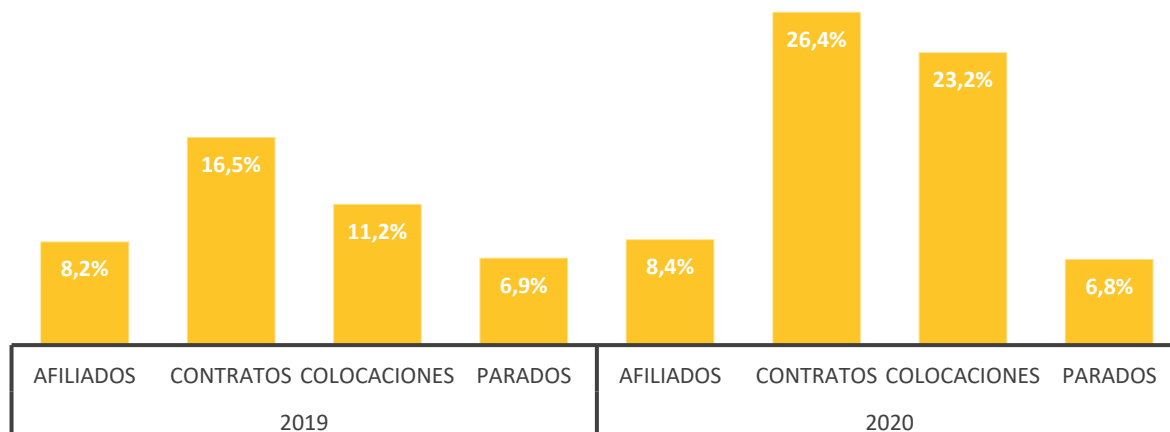
marzo a junio



Fuente: SEPE. Estadísticas de empleo y de contratos (2019-2020) y Ministerio de Trabajo y Economía Social. Boletines de Estadísticas 2020.

PESO DEL EMPLEO AGROALIMENTARIO EN EL CONJUNTO NACIONAL DURANTE EL ESTADO DE ALARMA

marzo a junio



Fuente: SEPE. Estadísticas de empleo y de contratos (2019-2020) y Ministerio de Trabajo y Economía Social. Boletines de Estadísticas 2020.

Gracias al esfuerzo de las personas que han estado trabajando en el sector agroalimentario durante esta crisis sanitaria, el suministro de alimentación no se ha visto afectado. En este escenario es preciso apostar por el sector mediante el fortalecimiento del empleo reduciendo el nivel de paro tras la pandemia, el incremento de la temporalidad de la contratación como aquellas divergencias y diferencias salariales (específicamente en el tejido agrario) y garantizar el contar con mano de obra cualificada e interesada en trabajar en él para paliar la carencia de capital humano que registra el sector.

La actividad agroalimentaria presenta también un valor añadido importante en el mercado laboral al generar empleo en colectivos prioritarios de inserción (mujeres y mayores de 45 años). Asimismo también representa la principal fuente productiva del medio rural, garantizando su sostenibilidad económica, social y medioambiental favoreciendo a paliar el efecto de la despoblación de la España rural.



A continuación de se adjuntan las tablas que se han utilizado como base para el análisis en las que se incluyen para cada actividad del sector, el número de afiliados, contratos, colocaciones y parados para cada semestre analizado correspondientes a 2019 y 2020.

TABLAS DE INFORMACIÓN

AFILIADOS Y CONTRATOS POR RAMA DE ACTIVIDAD PRIMER SEMESTRE 2019 Y 2020

afiliados	RAMA AGRARIA				RAMA INDUSTRIA ALIMENTARIA			
	Agricultura cnae 01	Silvicultura cnae 02	Pesca cnae 03	TOTAL AGRARIO	Alimentos cnae 10	Bebida cnae 11	Tabaco cnae 12	TOTAL I. ALIMENTARIA
ene-19	1.099.106	23.313	34.520	1.156.939	380.811	47.505	1.678	429.994
feb-19	1.075.581	24.452	35.965	1.135.998	378.564	47.619	1.661	427.844
mar-19	1.085.214	26.247	37.205	1.148.666	383.266	48.404	1.687	433.357
abr-19	1.095.792	26.352	36.435	1.158.579	381.431	48.504	1.674	431.609
may-19	1.108.019	26.594	35.896	1.170.509	383.142	48.955	1.660	433.757
jun-19	1.060.942	28.950	36.980	1.126.872	387.649	49.551	1.646	438.846
TOTAL 2019	1.087.442	25.985	36.167	1.149.594	382.477	48.423	1.668	432.568
ene-20	1.053.339	24.157	33.983	1.111.479	387.955	47.620	1.649	437.224
feb-20	1.056.498	25.055	35.291	1.116.844	387.845	47.932	1.634	437.411
mar-20	1.047.751	25.377	34.872	1.108.000	377.846	46.437	1.638	425.921
abr-20	1.080.649	25.493	35.205	1.141.347	375.575	45.807	1.641	423.023
may-20	1.100.307	26.826	35.571	1.162.704	377.613	45.801	1.627	425.041
jun-20	1.024.494	29.314	35.818	1.089.626	380.049	46.391	1.627	428.067
TOTAL 2020	1.060.506	26.037	35.123	1.121.667	381.147	46.665	1.636	429.448

contratos	RAMA AGRARIA				RAMA INDUSTRIA ALIMENTARIA			
	Agricultura cnae 01	Silvicultura cnae 02	Pesca cnae 03	TOTAL AGRARIO	Alimentos cnae 10	Bebida cnae 11	Tabaco cnae 12	TOTAL I. ALIMENTARIA
ene-19	359.141	3.610	2.400	365.151	61.980	4.604	116	66.700
feb-19	258.194	3.677	2.141	264.012	49.819	3.848	20	53.687
mar-19	237.341	3.574	2.570	243.485	56.204	4.868	70	61.142
abr-19	209.550	2.808	2.138	214.496	62.718	5.133	46	67.897
may-19	285.611	4.203	2.532	292.346	68.879	6.088	32	74.999
jun-19	218.371	6.163	2.529	227.063	61.301	5.167	25	66.493
TOTAL 2019	1.568.208	24.035	14.310	1.606.553	360.901	29.708	309	390.918
ene-20	304.854	3.544	2.357	310.755	65.697	4.803	63	70.563
feb-20	231.631	3.720	2.140	237.491	54.277	4.195	31	58.503
mar-20	196.185	3.099	2.339	201.623	56.732	3.909	33	60.674
abr-20	182.521	1.931	1.589	186.041	41.974	1.916	39	43.929
may-20	237.208	4.071	1.867	243.146	44.660	2.114	12	46.786
jun-20	199.565	6.944	2.074	208.583	47.123	3.069	68	50.260
TOTAL 2020	1.351.964	23.309	12.366	1.387.639	310.463	20.006	246	330.715

TABLAS DE INFORMACIÓN

COLOCACIONES Y PARADOS POR RAMA DE ACTIVIDAD PRIMER SEMESTRE 2019 Y 2020

Colocaciones	RAMA AGRARIA				RAMA INDUSTRIA ALIMENTARIA			
	Agricultura cnae 01	Silvicultura cnae 02	Pesca cnae 03	TOTAL AGRARIO	Alimentos cnae 10	Bebida cnae 11	Tabaco cnae 12	TOTAL I. ALIMENTARIA
ene-19	294.818	3.764	2.939	301.521	28.909	2.075	117	31.101
feb-19	202.841	3.814	2.836	209.491	21.208	1.958	10	23.176
mar-19	184.554	4.160	3.257	191.971	24.615	2.329	43	26.987
abr-19	151.553	2.938	2.196	156.687	27.095	2.287	17	29.399
may-19	208.868	3.948	2.470	215.286	27.429	2.552	18	29.999
jun-19	155.745	6.581	2.454	164.780	26.926	2.321	16	29.263
TOTAL 2019	1.198.379	25.205	16.152	1.239.736	156.182	13.522	221	169.925
ene-20	252.673	3.690	2.950	259.313	30.290	2.107	56	32.453
feb-20	181.274	3.799	2.783	187.856	20.727	1.881	28	22.636
mar-20	148.103	3.774	2.856	154.733	21.020	1.686	22	22.728
abr-20	134.204	1.996	2.002	138.202	15.926	567	34	16.527
may-20	179.825	4.321	1.948	186.094	16.629	697	6	17.332
jun-20	152.592	7.165	2.182	161.939	20.997	1.466	20	22.483
TOTAL 2020	294.818	3.764	2.939	301.521	125.589	8.404	166	134.159

Parados	RAMA AGRARIA				RAMA INDUSTRIA ALIMENTARIA			
	Agricultura cnae 01	Silvicultura cnae 02	Pesca cnae 03	TOTAL AGRARIO	Alimentos cnae 10	Bebida cnae 11	Tabaco cnae 12	TOTAL I. ALIMENTARIA
ene-19	131.040	8.458	4.193	143.691	62.667	6.002	659	69.376
feb-19	141.484	8.090	4.002	153.576	62.996	5.743	669	69.536
mar-19	143.606	7.939	3.753	155.298	62.096	6.209	661	68.383
abr-19	138.416	7.682	3.804	149.902	60.453	6.669	694	66.585
may-19	130.808	7.397	3.833	142.038	58.404	6.656	729	64.289
jun-19	137.515	6.948	3.390	147.853	57.020	4.968	744	62.732
TOTAL 2019	137.145	7.752	3.829	148.726	64.306	6.284	793	70.906
ene-20	137.527	8.678	3.840	150.045	61.809	6.002	649	68.460
feb-20	140.836	8.304	3.760	152.900	61.929	5.743	645	68.317
mar-20	146.732	8.748	3.940	159.420	65.414	6.209	642	72.265
abr-20	150.256	8.993	4.186	163.435	70.014	6.669	640	77.323
may-20	151.464	8.571	4.110	164.145	70.938	6.656	646	78.240
jun-20	177.480	8.113	3.894	189.487	70.402	6.422	652	77.476
TOTAL 2020	150.716	8.568	3.955	163.239	66.751	6.284	646	73.680

Fuente: SEPE. Estadísticas de empleo y de contratos (2019-2020) y Ministerio de Trabajo y Economía Social. Boletines de Estadísticas 2020.



5. 4. COMERCIO EXTERIOR

5. 4. COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior supone un pilar importante para la economía española, el Indicador Sintético de Actividad Exportadora (ISAE) mide la evolución de las exportaciones así como sus expectativas. Durante el primer trimestre de 2020 este Indicador se situaba en 4,1 puntos, evidencia una mejora de las expectativas de las exportaciones españolas, por lo que todavía no se han visto reflejados los efectos del coronavirus, al verse paralizadas las actividades no esenciales de transporte internacional. De acuerdo con las investigaciones del Observatorio de Complejidad Económica del MIT, España es el principal exportador de productos hortofrutícolas como lechugas, pimientos, coles y frutas, también de productos naturales procesados como el aceite de oliva puro, manifestando la importancia del sector agroalimentario en términos económicos. El 71% de las exportaciones se realizan dentro de Europa, y Estados Unidos se configura como el mejor cliente de España fuera de Europa, lugar de destino del 4,5% del total de las exportaciones agroalimentarias.

Según datos del informe de Comercio Exterior de 2018 publicado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en julio de 2019, España se mantiene como el cuarto país exportador de productos agroalimentarios de la Unión Europea, con una cuota de exportación del 8,8% siendo solamente

superada por Países Bajos, Alemania y Francia. El principal destino de estas exportaciones agroalimentarias es la Unión Europea, en donde se distribuye el 73% de este tipo de exportaciones, teniendo un valor de 36.901 millones de euros.

Analizando la evolución de las exportaciones se observa una tendencia al alza. De este modo, en los 10 últimos años las exportaciones agroalimentarias se han incrementado en un 97,5%. En 2018 el peso de la exportación del sector supone el 17,7% del comercio exterior nacional.

La exportación agroalimentaria se configura como un eje clave en el conjunto de la economía española. El cierre de fronteras para la contención de la pandemia no ha afectado al transporte internacional de mercancías esenciales, pues se ha seguido permitiendo la movilidad internacional en este tipo de transportes, si bien, el análisis de las exportaciones agroalimentarias durante la

ESPAÑA ES EL CUARTO PAÍS EXPORTADOR DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS DE LA UE

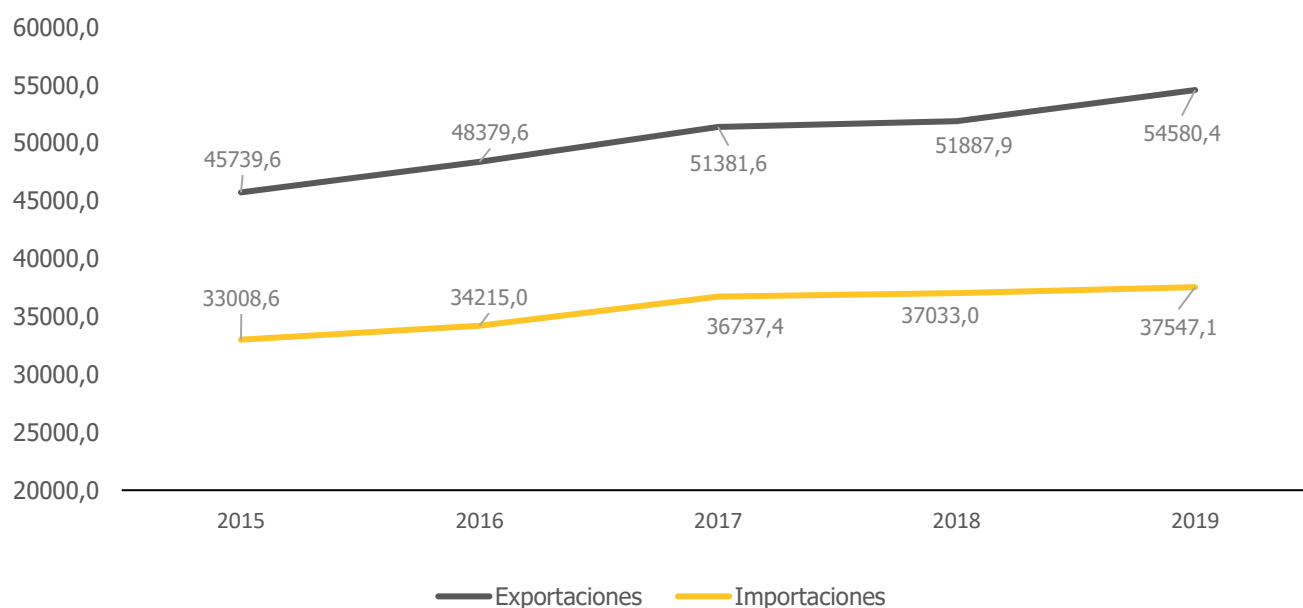
36.901 millones de € valor de las exportaciones agroalimentarias de España en el conjunto de la UE

Incremento en un 97,5% las exportaciones españolas del sector durante los últimos 10 años

crisis sanitaria es vital para poder entender cómo reacciona el sector y poder detectar las necesidades del mismo, potenciando sus fortalezas.

IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES EN ESPAÑA DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

(millones de euros)

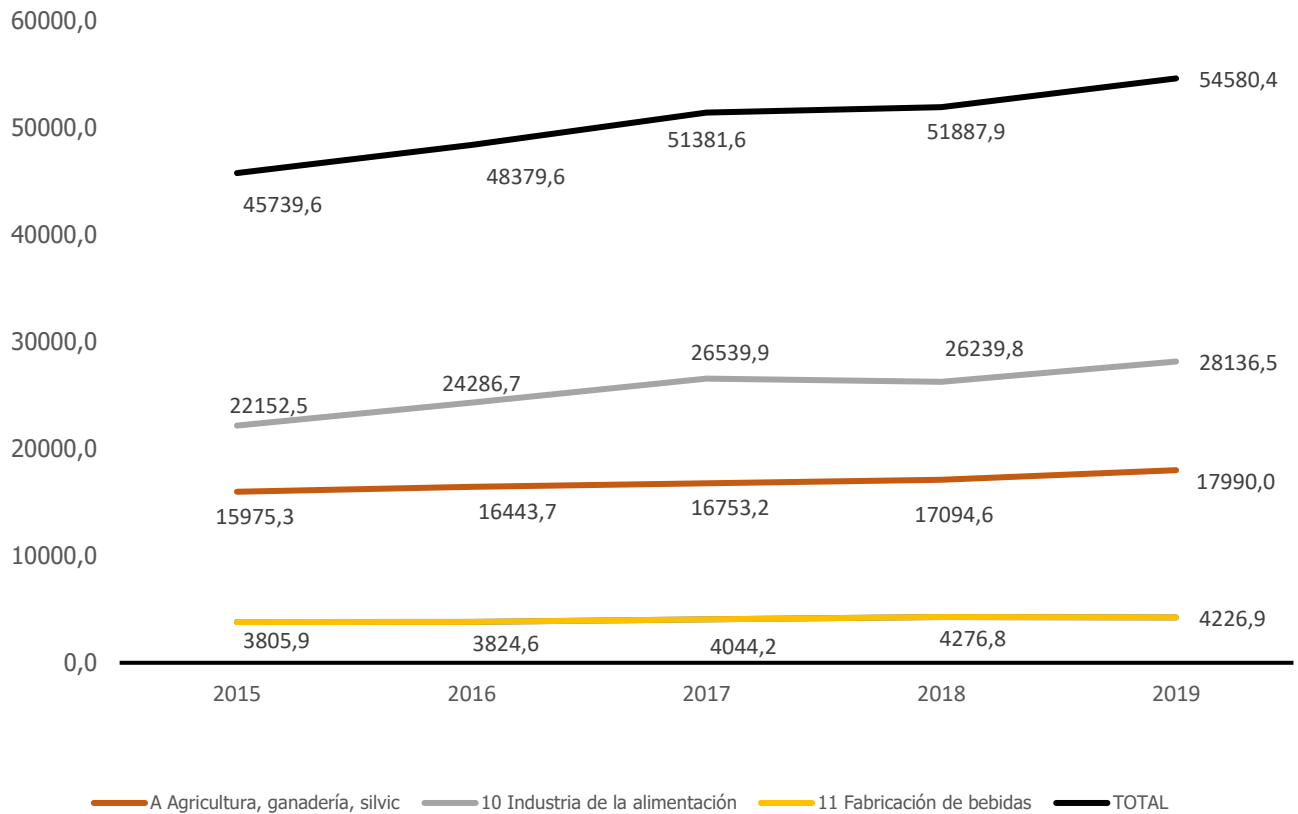


Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y turismo

Los datos de los últimos años sobre las exportaciones del sector agroalimentario español muestran una tendencia positiva. Si en 2015 su valor se situaba en 45.739 millones de euros, en 2019 la cifra alcanzó los 54.580 millones, lo que supone un incremento de 8.840 millones de euros con respecto al 2015. Analizando las importaciones de productos agroalimentarios, la cifra en millones de euros se sitúa por debajo del valor de las exportaciones, presentando también una tendencia ascendente que, sin embargo, muestra un incremento menor que el dado por las exportaciones al analizar la variación del valor fijado en 2019 con respecto al 2015.

EXPORTACIONES POR CNAE ESPAÑA

(millones de euros)



Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y turismo

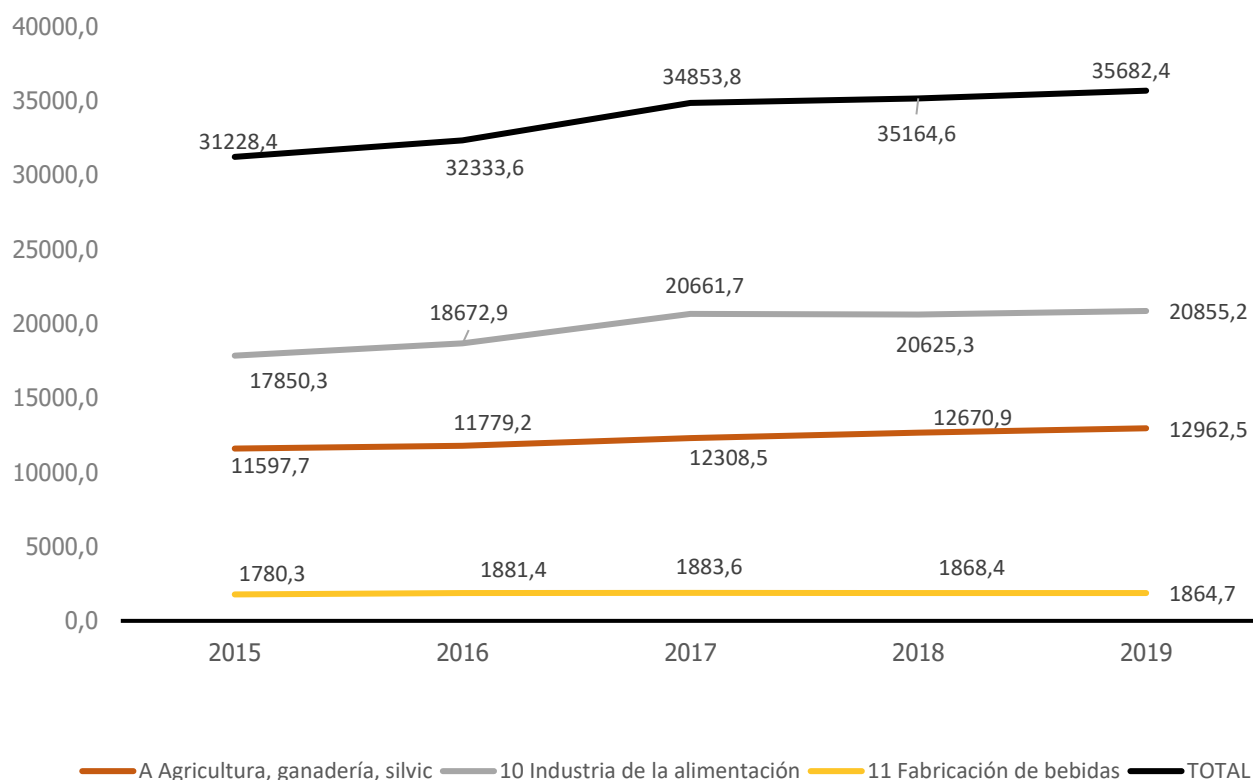
Desagregado por CNAES, la industria alimentaria es la que presenta el mayor volumen de exportaciones. Si en 2015 éste se cifra en 22.152 a finales de 2019 alcanzó los 28.136 millones de euros, lo que supone un incremento de 5.984 millones. El sector agrario también ha aumentado su capacidad exportadora al crecer su valor en 2.015 millones de euros durante el mismo periodo comparado. Igual tendencia registra la industria de la fabricación de bebidas, siendo la que presenta valores más bajos en exportaciones, pese a ello también muestra una tendencia positiva apreciando un incremento de 421 millones con respecto a 2015.

En cuanto a las importaciones del sector agroalimentario en nuestro país, el subsector del cual se realizan más importaciones es el sector de la industria alimentaria, seguido de los productos correspondientes con el CNAE 01 (Agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados con los mismos) y por último el subsector de la fabricación de bebidas. La tendencia en las importaciones

es también positiva, sin embargo su incremento se da a un ritmo menor de lo que crecen las exportaciones.

IMPORTACIONES POR CNAE ESPAÑA

(millones de euros)



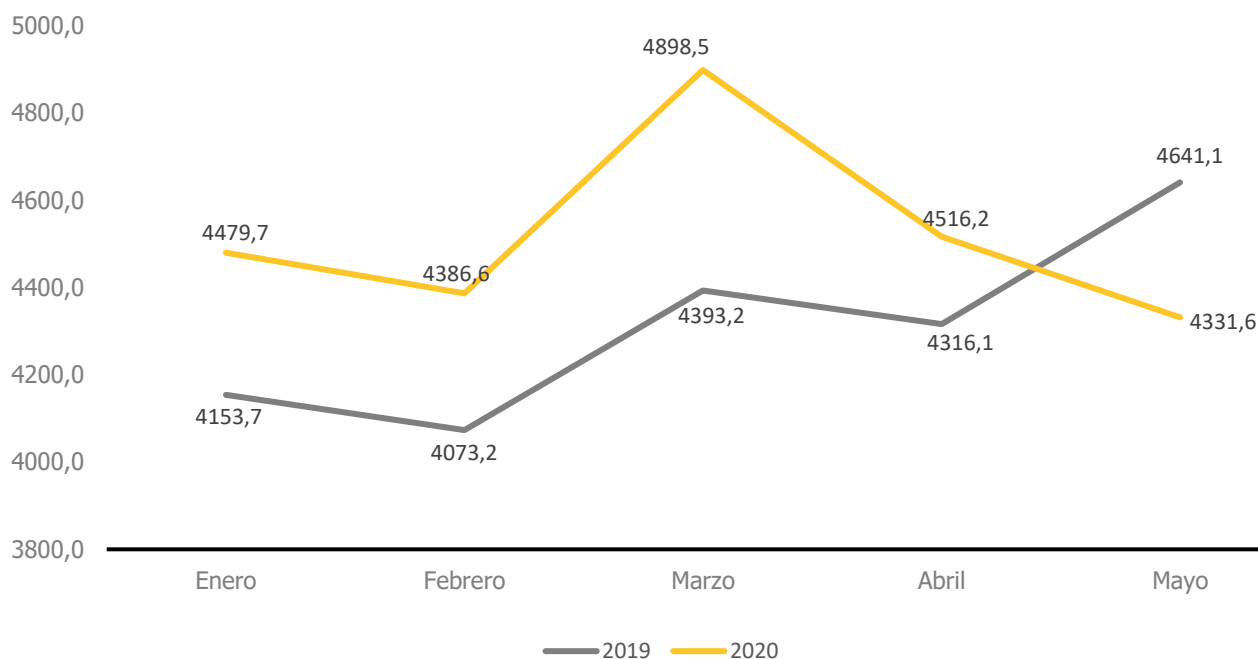
Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y turismo

Tras el análisis previo sobre las exportaciones e importaciones antes de la aparición de la crisis sanitaria, conviene analizar cómo ha afectado la pandemia en los intercambios comerciales internacionales, para establecer posibles cambios del comportamiento del comercio internacional.

Analizando la cifra de las exportaciones del sector agroalimentario en España este 2020, la cifra se sitúa en 13.746,2 millones de enero a mayo, analizado el volumen de exportaciones en este mismo periodo del año anterior la cifra es de 13.350,4 millones, lo que muestra un incremento ligero con respecto al año anterior de 395 millones.

EXPORTACIONES AGROALIMENTARIAS DE ESPAÑA

(millones de euros)



Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y turismo

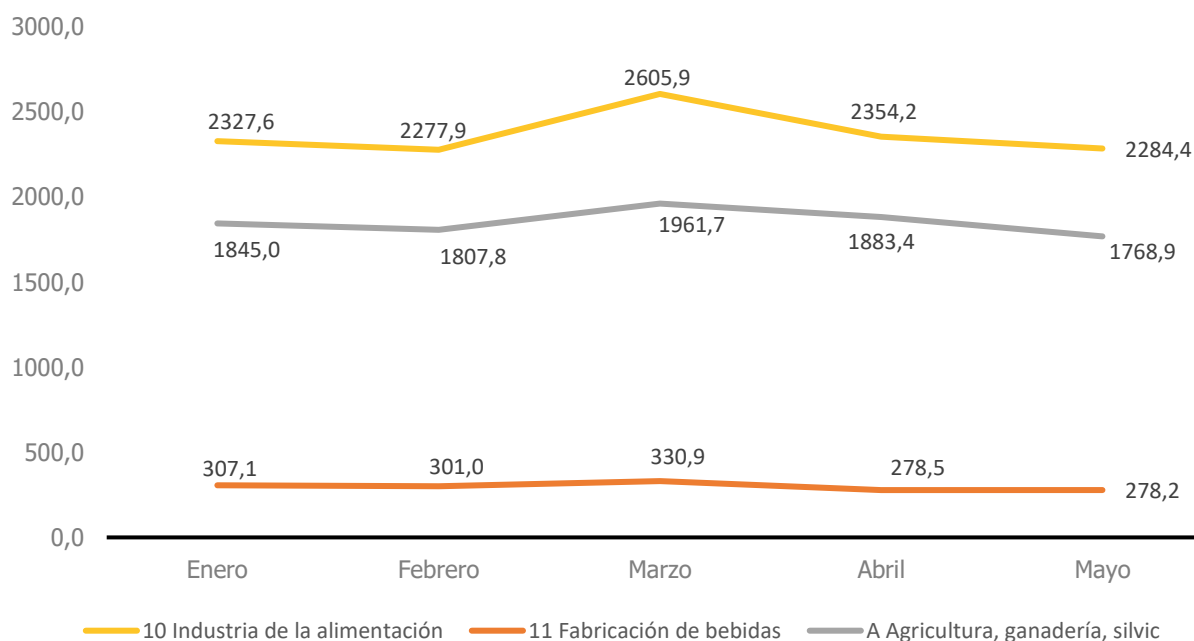
En 2019 la tendencia en las exportaciones del sector agroalimentario es ascendente, situándose en enero en 4.153,7 millones y alcanzando en mayo una cifra de 4.641,1 millones, lo que supone un incremento con respecto al primer mes del año de 487,4 millones de euros. Analizando las exportaciones en el 2020 se observa como en enero el valor de las mismas alcanzaba los 4.479,7 millones, cifra superior a las dadas en el mismo periodo del año anterior. Esta tendencia ascendente se mantiene hasta el mes de marzo, en el que alcanza la cifra de 4.898 millones. A partir de ese momento, coincidente con el inicio de la pandemia en España, el volumen de las exportaciones del sector agroalimentario comienza a descender manifestando una tendencia negativa hasta el mes de mayo, mes en el que el valor de las exportaciones alcanza la cifra de 4.331 millones de euros, situándose por primera vez en el año en valores inferiores a los dados en el mismo periodo del año anterior.

EN 2019 TENDENCIA AL ALZA DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

En 2020 el inicio de la pandemia se deja sentir en volumen de las exportaciones, que comienzan a experimentar una tendencia negativa en marzo

EXPORTACIONES POR CNAE ESPAÑA 2020

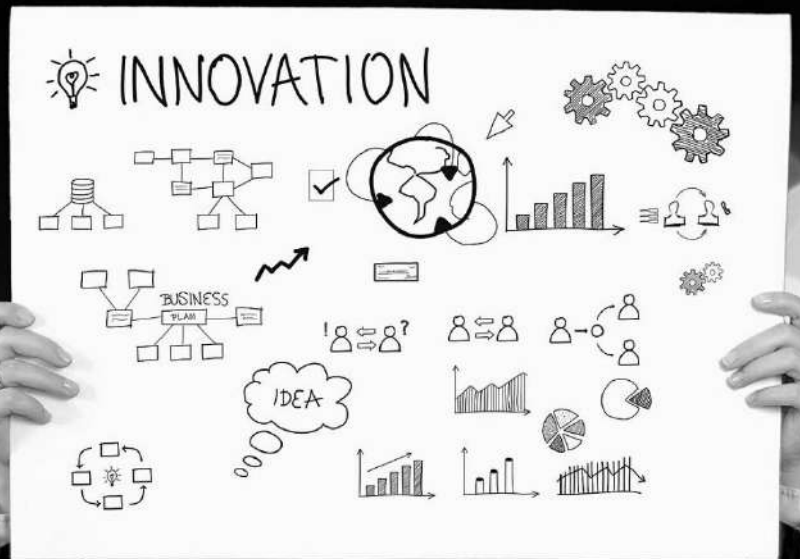
(millones de euros)



Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y turismo

Analizando las exportaciones del sector agroalimentario por CNAE a dos dígitos, se aprecia como la industria alimentaria es la que presenta un mayor volumen de exportaciones, alcanzando su pico en el mes de marzo, ascendiendo la cifra a 2.605,9 millones de euros. Asimismo también es el segmento del sector que mayor reducción del volumen de exportaciones registra durante la alerta sanitaria, seguida del sector de la agricultura y la ganadería, que en marzo se encontraba en cifras de 1.961 millones y en mayo se veía disminuida en 192 millones alcanzando una cifra de 1.768,9 millones de euros. Por otro lado, el sector de la fabricación de bebidas es el que experimenta un menor retroceso en el volumen de exportaciones, decreciendo en 52 millones de euros en dos meses, y posicionándose en mayo en una cifra de 278 millones, si bien se trata del sector con menos volumen de exportaciones.

A tenor de los datos se observa como la llegada de la pandemia ha afectado al volumen de exportaciones del sector agroalimentario, pese a tratarse de un sector de primera necesidad y a que el cierre de fronteras no afectó al transporte de mercancías de primera necesidad.



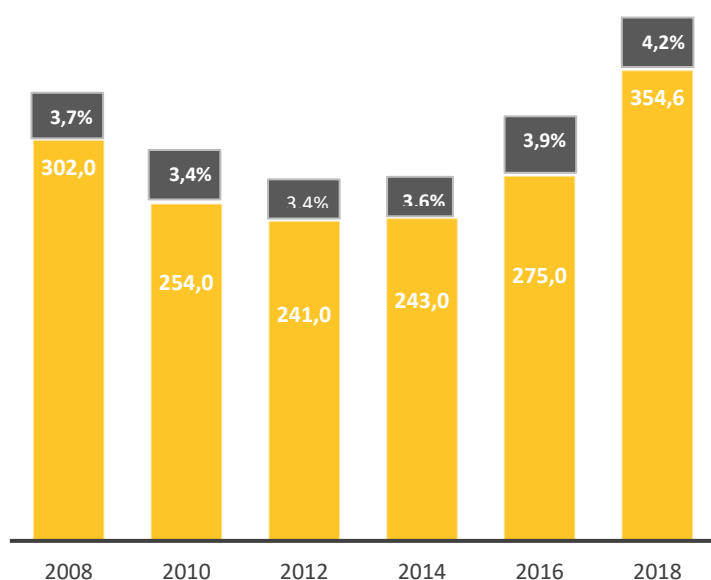
5. 5. INNOVACIÓN

5.5. INNOVACIÓN

Ante el avance tecnológico internacional del sector como su evolución y aceleración exponencial en los próximos años, la inversión en I+D+i es un factor imprescindible de competitividad en el mercado internacional.

EVOLUCIÓN DEL GASTO EN I+D SECTOR AGROALIMENTARIO 2008-2018

(en millones de euros y valores porcentuales)



Fuente: INE. Estadística de I+D. 2018

La inversión en innovación en agroalimentación es prácticamente privada, la participación pública en I+D es poco visible, de tal forma que en la industria alimentaria se reduce a 2 entidades públicas localizándose en el sector agrario una participación mínimamente mayor con un total de 6 (ver tabla de la siguiente página).

Igual que el gasto también se ha elevado, con respecto a años anteriores, la cifra de empresas del

**Incremento en un
22% del Gasto en I+D
con respecto a 2008**

Con las últimas cifras disponibles correspondientes a 2018 (Estadística I+D. INE), la inversión empresarial agroalimentaria en I+D se eleva a 354.678 millones de euros lo que representa el 4,2% del total del gasto destinado a la I+D de España.

En 2018 el sector agroalimentario ha incrementado su gasto en I+D, en un 14,8% desde el 2008, cambiando una tendencia descendente y mejorando su apuesta por la innovación y la tecnificación de sus procesos productivos, liderando este proceso la industria alimentaria.

GASTO EMPRESARIAL EN I+D SECTOR AGROALIMENTARIO. 2018 DATOS INE

1.003 empresas invierten

786 industria alimentaria

217 agricultura y pesca

354.678 millones €

328.334 € fondo propio

26.344 € fondo externo

sector que destinan fondos en iniciativas en I+D contando en 2.018 con 1.003 entidades, 786 pertenecen a la industria alimentaria y 217 al sector primario. La industria alimentaria en su globalidad, concentra el mayor número de entidades que invierten en investigación y el desarrollo tecnológico, representando el 78,4% del total del sector. Asimismo, las Pymes

Las Pymes realizan el 56,8% de la inversión empresarial en I+D del sector agroalimentario

presentan en ambos segmentos mayor iniciativa con una participación de 841 entidades (83,8%) y un gasto en I+D de 147.803 millones de euros (56,8%).

El 86,8% de las empresas agroalimentarias inversoras en I+D, destinan capital de forma estable o prolongada, por lo que presentan un fuerte compromiso generando líneas de investigación y mejorando sus procesos productivos. Además, lo hacen principalmente con fondos propios, en este aspecto, estableciendo una media sobre el gasto interno en I+D por entidad, las empresas del sector agrario destinan más capital que las de la industria alimentaria, 491.708 €/entidad y 370.588 €/entidad respectivamente. Por lo que la investigación está más diversificada en la industria mientras que el tejido agrario la inversión es mayor.

En cuanto a la externalización de servicios en I+D, las entidades que se decantan por esta opción integran el 7,4%, de las cuales el 69% solicitan los servicios de proveedores españoles y el 31% de empresas extranjeras.

INVERSIÓN EMPRESARIAL EN I+D SECTOR AGROALIMENTARIO. 2018

(Miles de euros)	AGRARIO (cnae 01, 02 y 03)			INDUSTRIA ALIMENTARIA (cnae 10, 11 y 12)			TOTAL SECTOR
	< 250 empleados	250 y más empleados	TOTAL	< 250 empleados	250 y más empleados	TOTAL	
Nº Empresas	192	25	217	649	137	786	1.033
Pública	4	2	6	0	2	2	8
Privada	189	23	212	649	135	784	996
I+D interna: continua	124	22	146	431	122	553	1.110
Gasto I+D	57.492	36.916	94.408	149.343	110.927	260.270	354.678
Fondos internos	51.496	36.326	87.822	137.490	103.022	240.512	328.334
Fondos externos	5.996	590	6586	11.853	7.905	19.758	26.344
Sector empresas	36	0	36	1.196	134	1330	1.366
Administración Pública	3.073	262	3335	9.899	7.301	17200	20.535
Mundo	2.887	328	3215	678	470	1148	4.363
Compra externa I+D	1.159	312	1.471	9.572	21354	30.926	32.397
En España	734	295	1.029	8430	12.907	21.337	22.366
Mundo	425	17	442	1142	8.447	9.589	10.031

Fuente: INE. Estadística de I+D. 2018

El sector agroalimentario dedica 106.202 millones de euros en costear personal propio específico en investigación y desarrollo, lo que implica el 30% del gasto total que realizan en I+D. En términos globales el sector deriva mayor presupuesto al personal técnico y auxiliar debido al segmento agrario, mientras que en la industria alimentaria predomina el personal de investigación.

El sector emplea a 8.720 profesionales en I+D y destina 106.202 millones €



Más del 60,5% del empleo generado en I+D es desempeñado por técnicos y auxiliares frente a 29,5% que es personal de investigación. A

tenor de los datos, la industria alimentaria presenta mayor inversión y emplea al 72,5% del personal del sector dedicado a I+D, concretamente a 6.324 profesionales.

PERSONAL PROPIO EN I+D SECTOR AGROALIMENTARIO. 2018

	AGRARIO	I. ALIMENTARIA	TOTAL SECTOR
<i>(miles de euros)</i> Gasto en personal	27.184	79.018	106.202
Investigadores	10.430	39.562	49.992
Técnicos y Auxiliares	16.754	39.456	56.210
<i>(número)</i> Personal I+D	2.396	6.324	8.720
Investigadores	548,0	2.110,0	2.658
Técnicos	692,0	2.409,0	3.101
Auxiliares	1.156,0	1.805,0	2.961

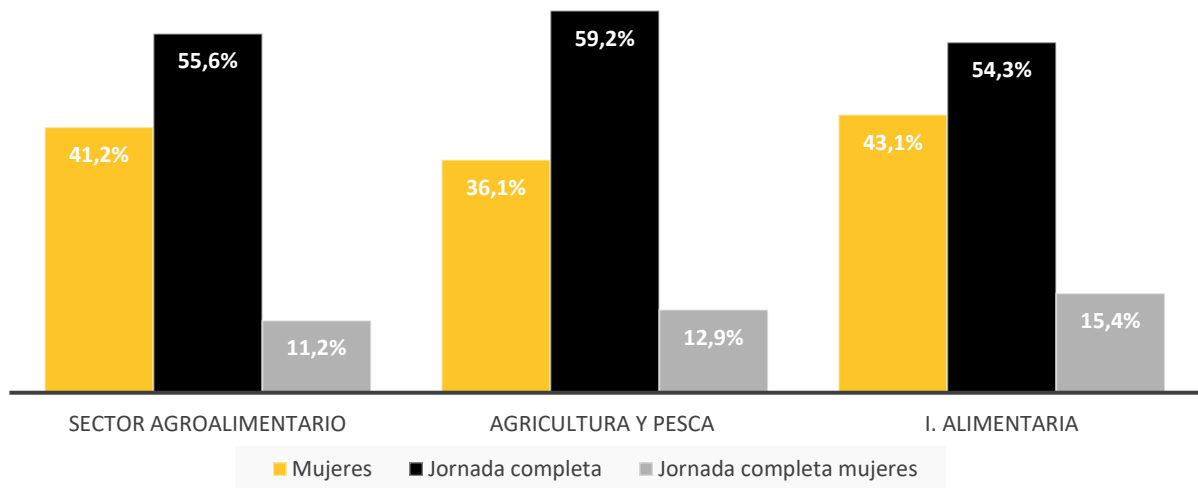
Fuente: INE. Estadística de I+D. 2018

Con un peso del 41,2% (1.246 mujeres) la presencia femenina en I+D en el conjunto empresarial del sector, sigue manteniendo el sesgo de género situándose por debajo de la mitad, sin embargo, la proporción tiende al alza ampliando su visibilidad frente a otros años. Pese a ello, al valorar el tipo de jornada más del 50% presenta jornada completa, siendo notoriamente inferior el porcentaje de mujeres que dispone con ella.

El avance del sector en I+D no sólo proporciona competitividad empresarial, sino que también los dota de empleo más cualificado, estando este asociado a esta línea de trabajo. Los avances

en I+D del sector agroalimentario se orientan hacia la mejora de los procesos de producción, de conservación y envasado, por lo que, cada presenta más peso el empleo cualificado y orientado hacia la innovación y tecnificación.

DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL EN I+D POR GÉNERO Y JORNADA LABORAL. 2018



Fuente: INE. Estadística de I+D. 2018

No solamente el sector presenta iniciativas en la investigación, sino que también experimenta el avance tecnológico hacia la digitalización. En este contexto al igual que el conjunto de la economía española está inmerso en el cambio hacia la transformación digital.

Mobilización de iniciativas públicas y privadas hacia la transformación digital del sector

Desde el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) bajo el parámetro de la Comisión Europea en el marco de las iniciativas lanzadas por la Asociación Europea de Innovación para la agricultura productiva y sostenible, se han ido promoviendo diferentes Grupos Focales (GF) en diversas materias desde el 2015.

En este escenario, habilita en 2017 un GF sobre digitalización y big data conformado por 33 expertos multidisciplinares cuyo principal objetivo es establecer las dificultades a las que se enfrenta el sector para abordar su digitalización y el impulso la tecnificación. Este grupo se generó con el objeto de dar soluciones prácticas innovadoras a los problemas u oportunidades vinculadas a la digitalización del sector agroalimentario, forestal y el medio rural. Las aportaciones y trabajos

desarrollados en este grupo han dado forma a la elaboración de una redacción de la Estrategia de Digitalización del sector agroalimentario y forestal y del medio rural.

Una de las principales dificultades identificadas para la digitalización es el acceso a la “banda ancha”, al ser muy limitado en el mundo rural, lo que ahonda aún más en la brecha estructural que existe entre el mundo urbano y el mundo rural. Por lo que un reto fundamental es la mejora de las infraestructuras que permitan a los núcleos rurales tener acceso a las nuevas tecnologías. Sin este avance no se podrá lograr la transformación global por parte de las empresas agroalimentarias, en especial del sector primario.

Bajo esta premisa entre otras e impulsado desde MAPA, el sector agroalimentario presenta una Estrategia de Digitalización propia la cual está fundamentada en tres objetivos estratégicos:

Objetivo 01. Reducir la brecha digital, persiguiendo la conectividad sin que haya diferencias entre el ámbito urbana-rural como entre pymes y grandes empresas.

Objetivo 02. Fomentar el uso de datos. Favorecer la apertura de datos para el impulso sectorial e intercambiar información tanto desde el ente público, como privado e investigador.

Objetivo 03. Impulsar el desarrollo empresarial y los nuevos modelos de negocio.

Apuesta por el fortalecimiento del ecosistema de innovación digital, para modernizar el sector mediante el asesoramiento de Sistemas de Conocimientos específicos para el sector. Para su puesta en marcha se ha establecido el Plan de Acción 2019-2020 en el que se dispone para cada objetivo una serie líneas estratégicas y medidas.

Además de estas estrategias institucionales, cada vez es mayor la iniciativa privada especialmente en la industria alimentaria en el que el grado de automatización es alto. Las empresas alimentarias están inmersas en este proceso de transformación digital en el que la innovación se visualiza como una oportunidad de crecimiento, cobrando gran relevancia el sector humano necesitando para ello mano de obra cualificada.

El sector agroalimentario cuenta con empresas punteras que pueden realizar un efecto tractor sobre otras, además se invierte en investigación y en recursos y presenta experiencia en la cooperación entre entidades para establecer sinergias y utilización de recursos. Sin embargo, además de la

brecha digital entre el medio rural y urbano otra barrera importante es la menor implicación de

Brecha digital entre el medio rural y urbano, personal cualificado y mayor participación de la pyme.

Importantes retos para la innovación y tecnificación de la cadena alimenticia

las pymes hacia el cambio digital. Ya es un hecho que el futuro económico de cualquier economía o sector se fundamenta en la innovación. Es fundamental dinamizar a las pymes en el cambio, el cual les cuesta ya sea por el coste de la inversión o por otros motivos.

A la hora de hablar del proceso de digitalización del sector agroalimentario nos encontramos con tecnologías orientadas a la industria agroalimentaria que además aportan startup especializadas en: Agtech (agricultura+ tecnología) referente a la tecnología digital aplicada a la agricultura y

El sector genera startups de tecnología aplicadas en la industria agroalimentaria (Agtech y Agrifood tech) y otras dirigidas al consumidor (Foodtech), que influyen en la producción

Agrifood tech (Tecnología agroalimentaria) tecnología aplicada en la industria agraria y alimentaria, es decir tanto en los cultivos y explotaciones ganaderas como en el procesamiento de alimentos.

Mientras que, por un lado, nos encontramos con el Foodtech (comida+tecnología) más relacionado con la forma en la que se

consumen los alimentos y como la tecnología influye en ese proceso, si bien, las preferencias de los consumidores tienen su efecto en la industria agroalimentaria que adapta sus sistemas productivos a las demandas de los consumidores.

El AGTECH abarca una amplia gama de nuevas tecnologías que son utilizadas en la producción agropecuaria mejorando la eficiencia y la productividad, así como también la rentabilidad. Estas nuevas tecnologías aplicadas en el sector agrario están basadas en el blockchain, el big data, la Inteligencia artificial, el Internet de las cosas... sus aplicaciones son muy variadas y aportan grandes beneficios, pudiéndose aplicar al pastoreo de ganado con el equipamiento de dispositivos móviles que permiten geolocalizar a cada animal a tiempo real, o a las cabinas de los tractores cada vez equipadas con más herramientas tecnológicas como cámaras, radares... las aplicaciones tecnológicas cada vez son más y más variadas.

Según la plataforma informativa Nobbot, el Foodtech se basa en la aplicación de la tecnología en la alimentación y en un cambio de mentalidad del consumidor, algunas de sus características son:

Tiendas online

Los supermercados online cada vez tienen más peso frente al consumo en tiendas físicas, debido a la existencia de tiendas más especializadas en cada tipo de consumidor, ya que al tener un mercado no solo local pueden tener una mayor demanda, además la venta online permite ofrecer precios más competitivos y da mayor facilidad al consumidor a la hora de decidir cuándo realizar las compras.

Growsumers

El auge del consumo de productos naturales, ecológicos, sin aditivos...

Mindful eating

Es un modo de consumo basado en la alimentación consciente, en saber cómo se han elaborado los alimentos y los efectos que tienen los mismos en nuestro organismo, analizando los beneficios que pueden proporcionarnos, así como también los efectos negativos que estos alimentos pueden tener para nuestra salud.

Clean label

Los consumidores buscan cada vez en mayor medida un etiquetado sencillo y que resulte fácil de entender, debido al "Mindful eating" los consumidores quieren saber lo que comen y cómo afecta su organismo, por ello necesitan un etiquetado fácil y claro. Las empresas que apuestan por la transparencia en sus productos generan confianza en los consumidores.

Tecnococina

El internet de las cosas aplicado a la cocina permite disponer de electrodomésticos o envases inteligentes, que se traduce en más información para el consumidor y en formas más rápidas y sencillas para preparar alimentos.

Preocupación por el medio ambiente

Búsqueda de alimentos que sean respetuosos con el medio ambiente, la industria cárnica es una de las grandes preocupaciones al ser responsable del 7% de las emisiones de efecto invernadero. Existen empresas que investigan para crear células en laboratorio y así obtener carne que no proceda de animales, el avance de la biotecnología ha permitido obtener carne de origen vegetal, o clara de huevo cultivada. Por otro lado, los consumidores cada vez buscan más productos de kilómetro cero o productos de temporada.

La irrupción de la Covid-19 ha propiciado la introducción abrupta en los consumidores en unos pocos días de tecnologías de consumo que de otra forma se integran en meses o años. Esta tecnificación pone el acento en la rápida comunicación y feedback directo con el de consumidor, permitiendo tener una visión más óptima de la producción. Pero no sólo con los consumidores también se ha visto la necesidad de tecnificar la comunicación con los proveedores de la cadena alimenticia ante la inmediatez requerida para sacar la producción y las carencias de movilidad. Por ello el mayor reto al que se enfrenta la industria alimentaria a medio y largo plazo es digitalizar toda la cadena.



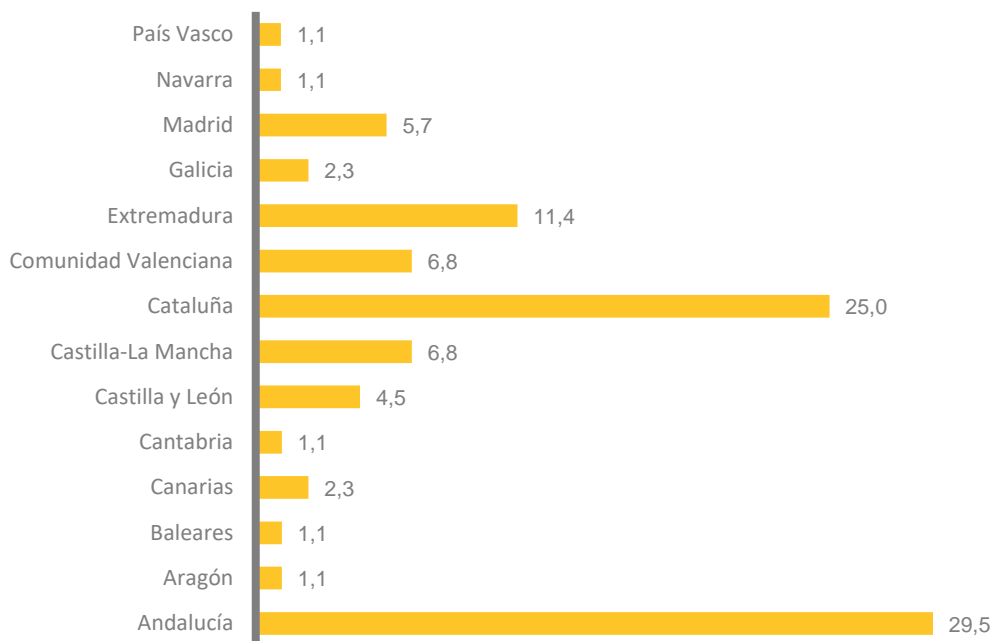
ENCUESTA A EMPRESAS

ADAPTACIÓN DEL SECTOR ANTE EL COVID-19

DATOS DEL PANEL

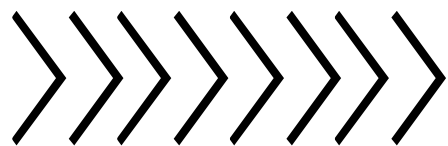
La muestra obtenida es resultado del grado de respuesta de las empresas contactadas para el análisis del comportamiento del sector agroalimentario ante la crisis de la covid-19. Presenta una participación heterogénea de las comunidades autónomas aunque con diferente grado de colaboración, en el que hay una mayor presencia de empresas pertenecientes a la comunidad de Andalucía, con casi el 30% de las empresas encuestadas, seguida de Cataluña y Extremadura que representan el 25% y el 11,4% de la muestra respectivamente.

CCAA DE LAS EMPRESAS

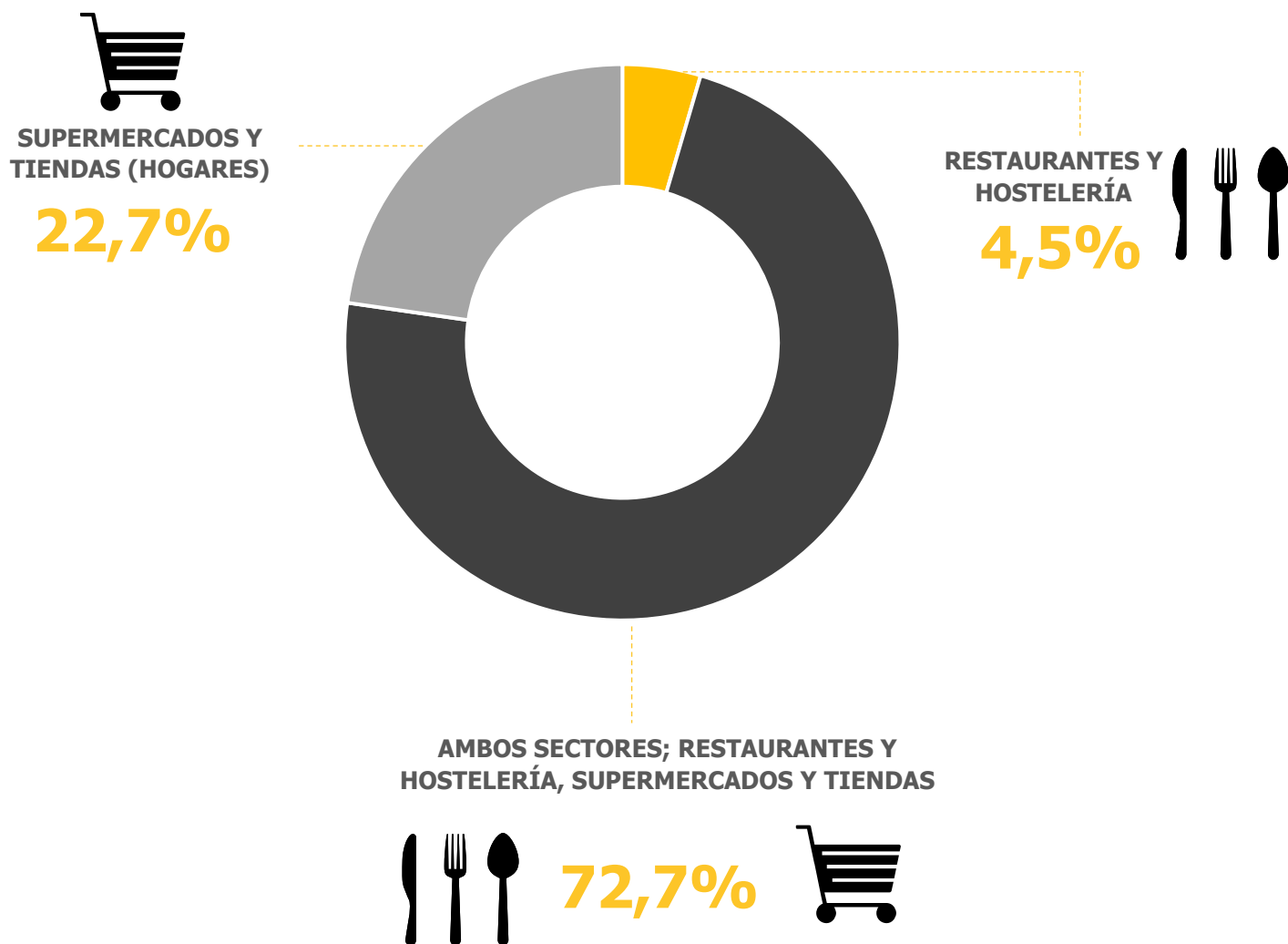


Fuente: Análisis de la muestra de la encuesta a Empresas del sector Agroalimentario

Centrándonos en el análisis del tipo de clientes al que va dirigida la producción de las empresas participantes, se observa como el mayor porcentaje de ellas, el 72,7% tienen como clientes principales tanto el sector de la hostelería como las tiendas y supermercados. Asimismo, las empresas que tienen como cliente principal los restaurantes y la hostelería suponen el 4,5% del total, mientras que un 22,7% de las empresas tienen como cliente principal supermercados y tiendas.



CONSUMO DIRIGIDO A...

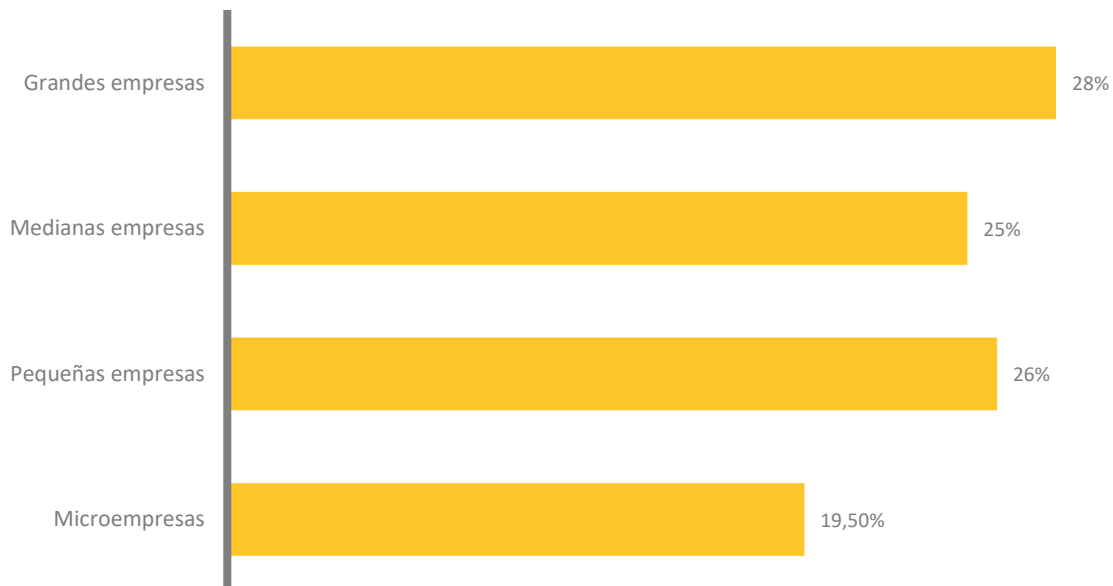


Fuente: Análisis de la muestra, encuesta a Empresas del sector Agroalimentario

SON POCAS LAS EMPRESAS QUE TIENEN COMO CLIENTE PRINCIPAL EXCLUSIVAMENTE EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA. LA MAYOR PARTE DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS TIENEN COMO CLIENTE PRINCIPAL TANTO AL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN COMO LAS TIENDAS Y SUPERMERCADOS.



Nº DE EMPLEADOS DE LAS EMPRESAS



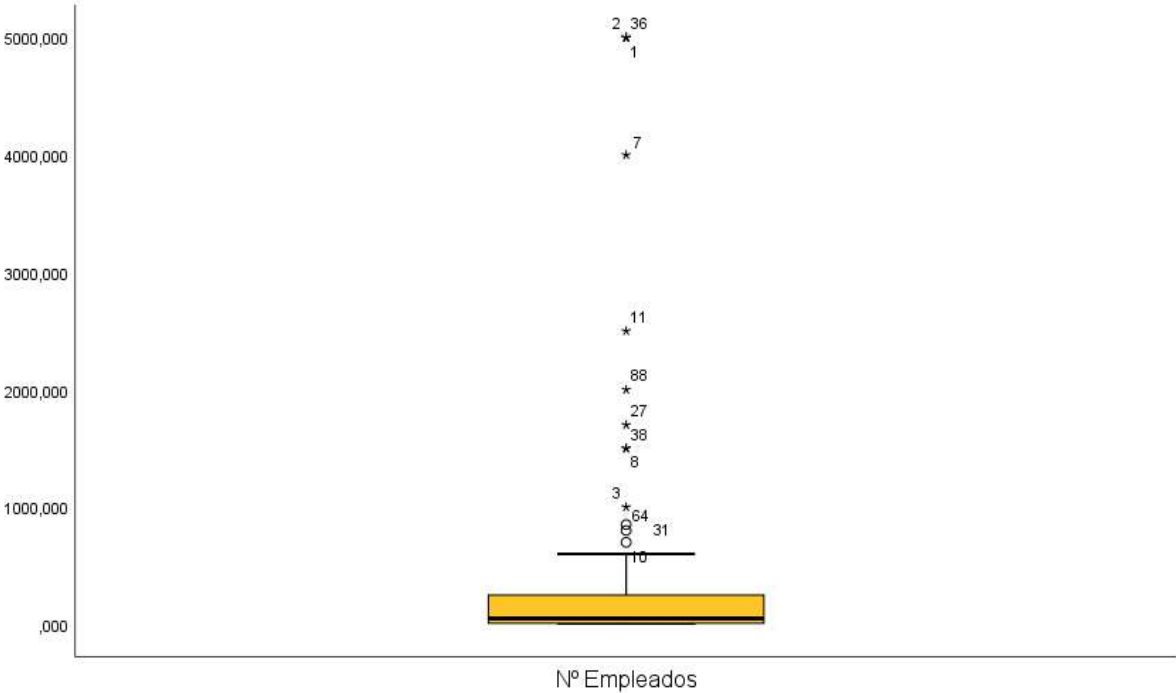
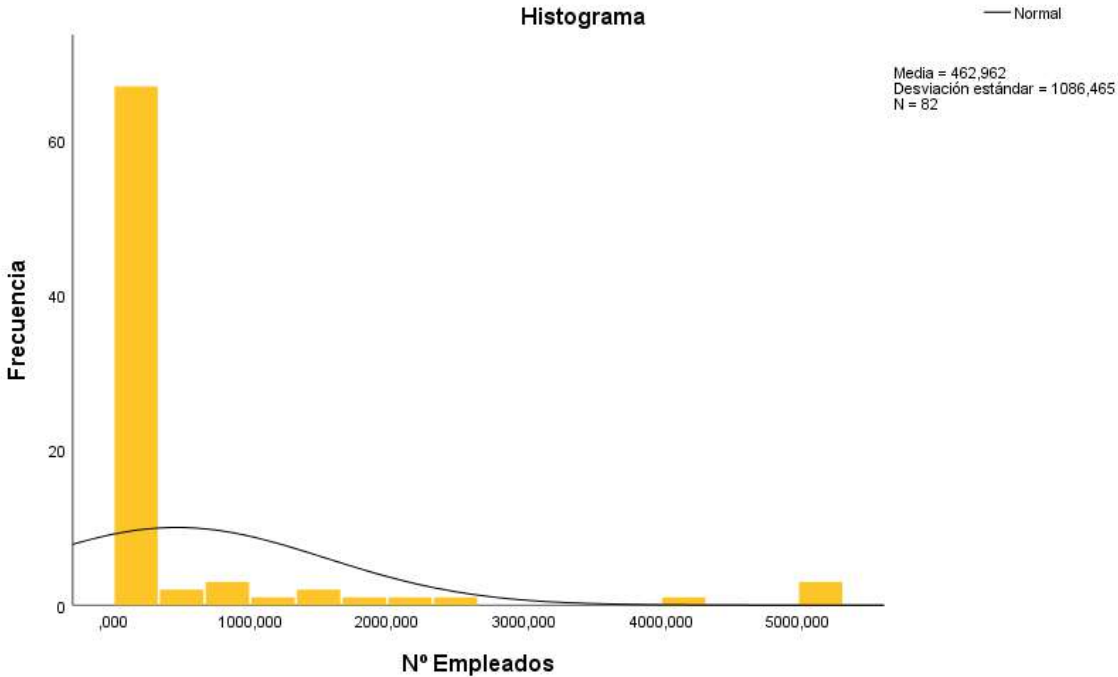
Fuente: Análisis de la muestra, encuesta a Empresas del sector Agroalimentario

Atendiendo al tamaño de las empresas, nuevamente vemos una participación global pero en este caso con un grado de colaboración similar, en la muestra final, por tamaño de empresa. Así, ha respondido en mayor grado la gran empresa, concretamente el 28% de las empresas encuestadas tiene más de 250 empleados, mientras que un 26% es pequeña y cuenta entre 10 y 49 trabajadores, y un 25% es mediana empresa, entre 50 a 249 trabajadores. Por otro lado, la microempresa entre 1 y 9 trabajadores está presente en menor proporción con un 19,5% del total.

La media de trabajadores de las empresas encuestadas se sitúa en 462, sin embargo, al tratarse de una distribución no normal, como así se demuestra a través de la realización de la prueba estadística de Kolmogorov-Smirnov que da un nivel de significación bilateral de 0,00, es conveniente utilizar como medida de tendencia central la mediana, en lugar de la media.

Si esta última tenía un valor de 462, la mediana se sitúa en 50, lo que quiere decir que el 50% de las empresas encuestadas tienen un número de trabajadores superior a 50, mientras que el otro 50% de las empresas tienen en sus plantillas menos de 50 trabajadores.

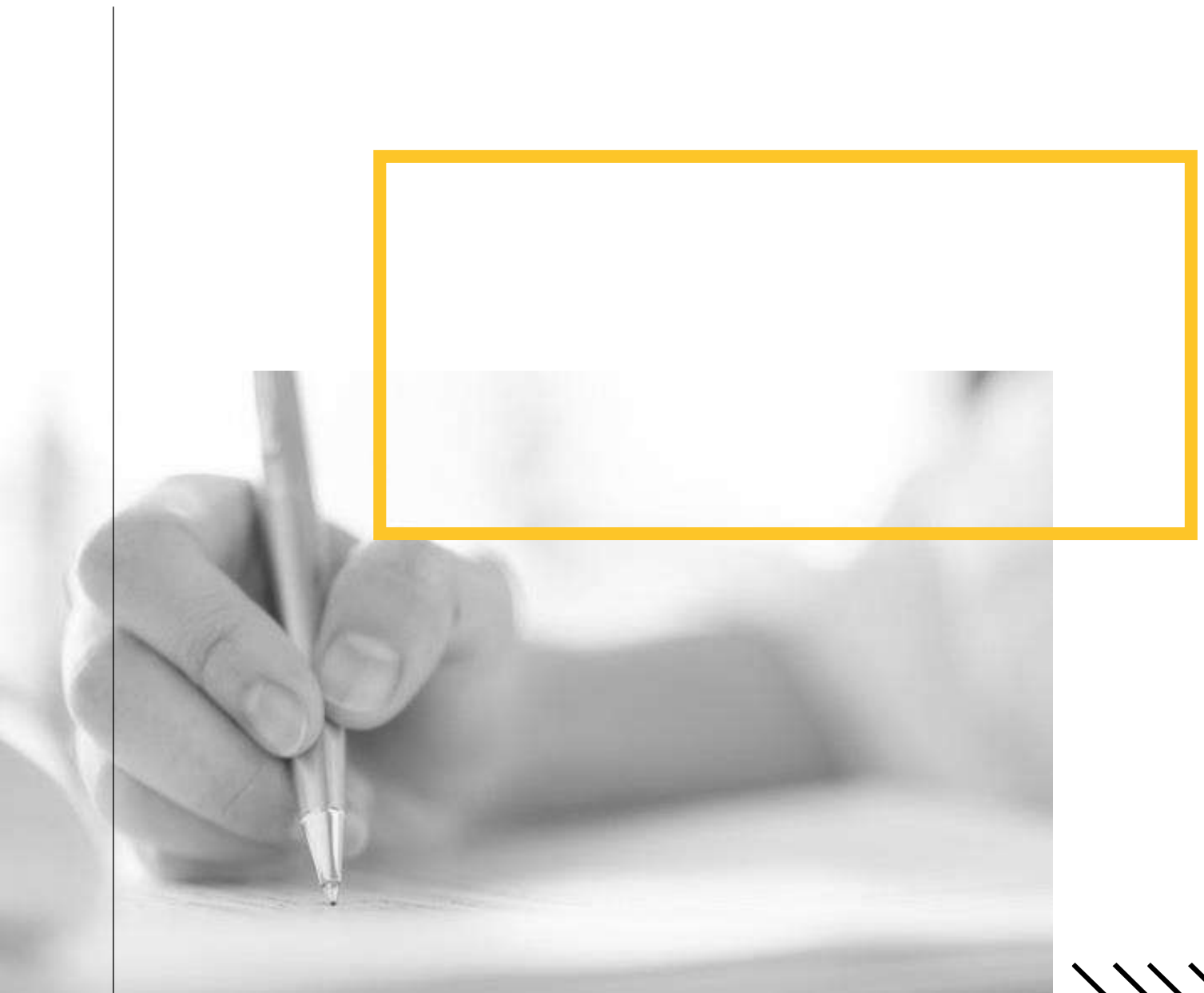
ANÁLISIS DE DISPERSIÓN N° DE EMPLEADOS



Fuente: Análisis de la muestra, encuesta a Empresas del sector Agroalimentario

En la representación gráfica de la dispersión de los valores de la variable "Nº de empleados" a través del diagrama Box Plot se puede observar cómo hay una gran concentración de casos en valores correspondientes a un menor número de trabajadores en las empresas, mientras que la presencia de outliers en valores superiores afecta a la media, al no ser un estadístico robusto, razón por la cual la mediana se convierte en la mejor medida de tendencia central a utilizar. En el histograma se puede comprobar la aproximación de la normal, evidenciando una distribución no paramétrica.

De este modo a través del análisis de la muestra se puede afirmar su heterogeneidad, contando con empresas de prácticamente todas las Comunidades Autónomas, así como también la homogeneidad en la proporción de respuestas de las empresas en base a su tamaño o volumen de trabajadores, resultando un porcentaje similar de la participación de las empresas en cada conglomerado o segmento, es decir de la pequeña, mediana y gran empresas.



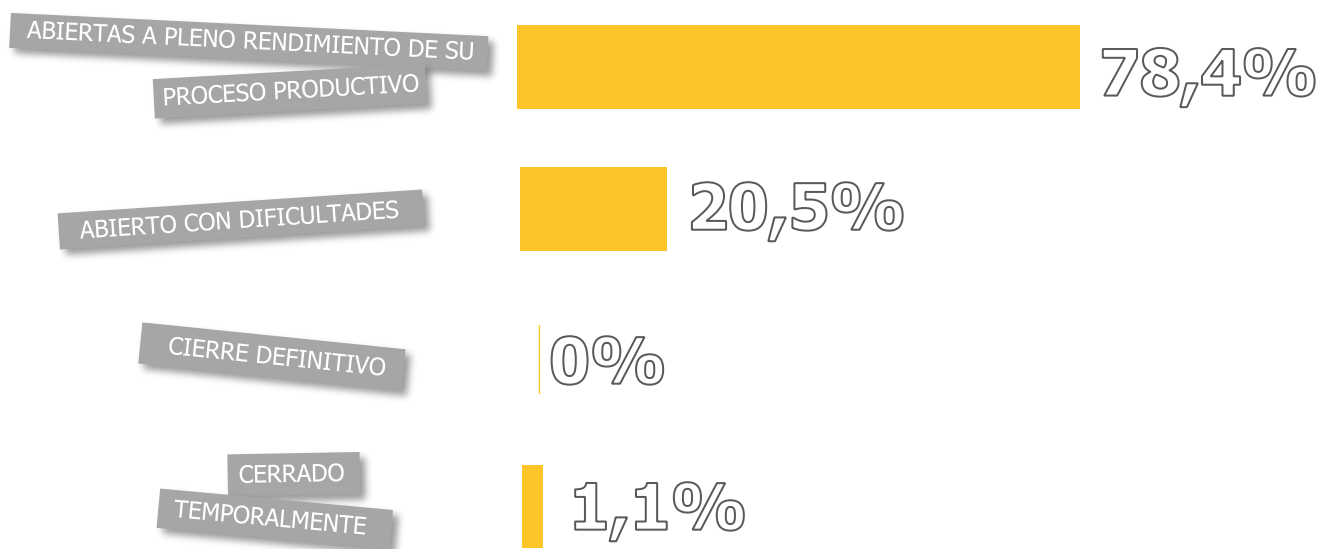
SITUACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS

An aerial photograph of a shipping yard. The yard is filled with numerous stacks of grey and white shipping containers. A white truck with a long trailer is parked on a paved road that runs through the yard. The text 'SITUACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS' is overlaid in large, bold, yellow letters across the center of the image.

SITUACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS

El impacto de la Covid-19 no ha afectado igual a todos los sectores productivos, el sector agroalimentario, como sector esencial, no se vio afectado por el cierre forzoso de empresas para la contención de la propagación de la enfermedad. De manera contraria, la llamada "semana del pánico" en la que se produjo la compra masiva de alimentos obligó a la industria a reforzar su estructura productiva para poder abastecer el incremento de demanda.

¿CUÁL ES LA SITUACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR AGROALIMENTARIO DURANTE EL ESTADO DE ALARMA?



Fuente: encuesta a empresas del sector agroalimentario

LA MAYOR PARTE DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS SE ENCONTRABAN ABIERTAS A PLENO RENDIMIENTO DE SU PROCESO PRODUCTIVO

El 78,4% de las empresas del sector agroalimentario encuestadas se encontraban abiertas a pleno rendimiento durante el estado de alarma, mientras que otro 20,5% ha estado activa pero con dificultades en el mantenimiento de la producción y únicamente el 1,1% señaló estar cerrada temporalmente. Ninguna empresa de las encuestadas se localizaba en estado de cierre definitivo, aunque esta situación es más compleja identificar mediante una encuesta telefónica y más aún con las restricciones de movilidad implantadas con el estado de alarma.

Como tónica general, durante la pandemia las empresas agroalimentarias han estado abiertas a pleno rendimiento para satisfacer la demanda del mercado que se dio durante el confinamiento, sin embargo las dificultades derivadas de la Covid-19 también se hacen notar en el sector. De tal modo que el 20,5% de las empresas que señalaron tener dificultades para mantener el nivel de producción, se encuentra lejos de las cifras que arrojan otros sectores económicos no catalogados como de primera necesidad.

Además de las dificultades para mantener la producción, también resulta interesante conocer las barreras que se han encontrado para poder desarrollar a pleno rendimiento su proceso productivo durante el estado de alarma. En este caso, casi el 30% de las empresas encuestadas manifiesta haber tenido dificultades, principalmente debido a la caída de la actividad y 42,3% por el descenso o cese de las ventas por el cierre del canal HORECA (Hostelería, Restaurantes y Cafeterías).

Por otro lado, la aplicación de medidas de seguridad para la prevención de los trabajadores frente a la Covid 19, no ha sido sencillo para el 19,2% de las empresas encuestadas que manifiestan haber tenido problemas para cumplir con las nuevas normativas de seguridad derivadas de la pandemia. Otro 15,4 % ha sufrido la ausencia de personal debido a las bajas laborales. En menor medida, las empresas han tenido complicaciones para abastecer de material de seguridad a sus empleados y recibir suministros por parte de los proveedores. Por el contrario, ninguna empresa contestó haber tenido problemas para el transporte de su mercancía a los clientes.



¿HAN TENIDO LAS EMPRESAS DIFICULTADES PARA EL DESARROLLO DE SU ACTIVIDAD EMPRESARIAL DURANTE LA CRISIS SANITARIA?

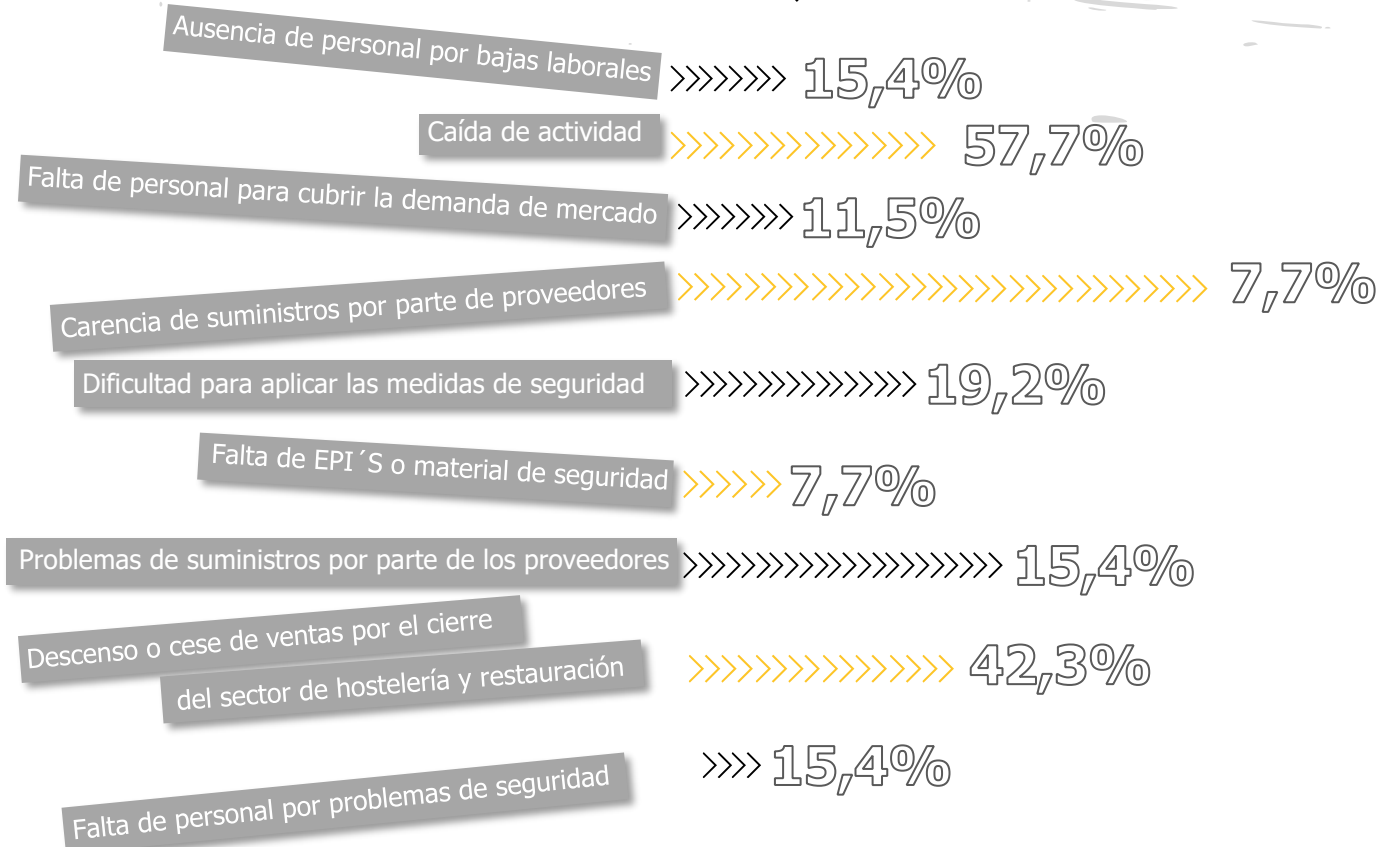
SÍ

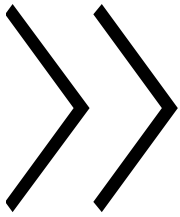
NO

29,5%

70,5%

¿CUÁLES?





LA CRISIS SANITARIA NO HA AFECTADO AL SECTOR AGROALIMENTARIO TAN DURAMENTE COMO A OTROS SECTORES. A PESAR DE ELLO UN 20,4% DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS SEÑALA HABER REDUCIDO SU ACTIVIDAD PRODUCTIVA

La pandemia no ha afectado tan duramente al sector agroalimentario como a otros sectores, se trata de un sector de primera necesidad que no se vio forzado al cierre en plena pandemia, sin embargo, dentro del sector existe heterogeneidad en función del tipo de alimentación al que está dirigido su proceso productivo lo que conlleva a que hayan registrado un comportamiento diferente de su demanda a lo largo de la duración del Estado de Alarma.

Si en un primer momento, las llamadas compras del pánico hicieron presuponer que la tendencia de consumo durante la cuarentena sería hacia productos de primera necesidad no perecederos, para poder ser almacenados en los hogares. Lo cierto es que la prórroga del Estado de Alarma y la extensión del confinamiento en los hogares, supuso un cambio de tendencia en el consumo de alimentos. A medida que los días de confinamiento comenzaban a pesar, el consumo se fue encaminando a la búsqueda del ocio en casa.

El cierre de bares y restaurantes al inicio de la pandemia, supuso la reducción de la demanda de productos que tradicionalmente se consumen en estos establecimientos, sin embargo, el ocio y las formas de consumo de alimentos derivadas de él se fueron transformando y trasladando a los hogares. Por este motivo el sector agroalimentario, en líneas generales, no ha notado de forma tan dura una bajada de actividad, de la muestra analizada el 57% señala que su actividad productiva se ha mantenido durante la pandemia y de ellas un 59,2% prevé que se mantenga en un periodo corto de tiempo. Por otro lado, un 22,6% de las empresas incrementaron su actividad productiva durante la pandemia y el 2,4% cree que en el corto plazo se seguirá incrementando.

El 20,4% de las empresas vieron reducida su actividad productiva durante la pandemia, pero analizando las expectativas se observa como de ellas solo el 16% cree que la tendencia en el corto plazo seguirá siendo negativa. Así, analizando la previsión a corto plazo se vislumbra un panorama más positivo por parte de las empresas, el 65,9% cree que su actividad productiva se mantendrá y el 23,1% prevé incrementarla, mientras que el 11% cree que se producirá una reducción de su actividad productiva.

EN CUANTO A LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA DE LAS EMPRESAS...

DURANTE LA PANDEMIA

PREVISIÓN A CORTO PLAZO TRÁS LA PANDEMIA

REDUCCIÓN DE LA ACTIVIDAD

20,4%



INCREMENTO DE LA ACTIVIDAD

22,6%

MANTENIMIENTO DE LA ACTIVIDAD

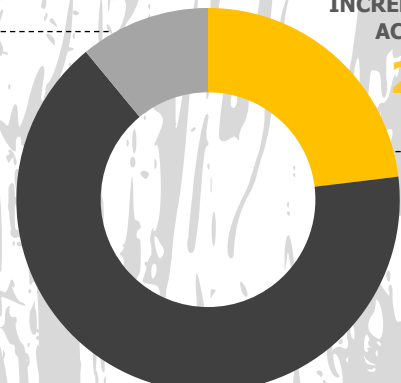
57%

59,2%

De los que afirmaron que su actividad se había mantenido durante la pandemia prevén que se seguirá manteniendo a corto plazo sin sufrir grandes variaciones

REDUCCIÓN DE LA ACTIVIDAD

11%



INCREMENTO DE LA ACTIVIDAD

23,1%

MANTENIMIENTO DE LA ACTIVIDAD

65,9%

SOLO EL

2,4%

De los que afirmaron que su actividad se había incrementado durante la pandemia prevén que se seguirá incrementando a corto plazo

SOLO EL

16%

De los que afirmaron que su actividad se había reducido durante la pandemia prevén que se seguirá reduciendo a corto plazo

NIVEL DE PRODUCCIÓN FACTURACIÓN Y VENTAS



NIVEL DE PRODUCCIÓN FACTURACIÓN Y VENTAS

El sector agroalimentario ha tenido que adaptarse a las fluctuaciones de la demanda durante la pandemia para poder lograr abastecer los supermercados y tiendas. Entorno al 65,5% de las empresas encuestadas, han mantenido su volumen de producción con respecto al periodo anterior al inicio de la crisis sanitaria y un 20,7% lo ha visto incrementado a raíz de la Covid-19. Lo que supone que, un 86,7% de las empresas mantuvieron o incrementaron su producción durante el confinamiento, dato que contrasta con el 13,8% que lo ha reducido.

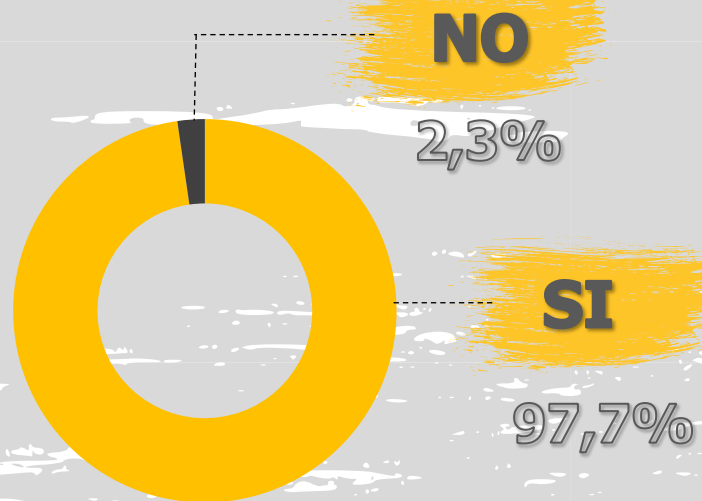
En cuanto a la facturación, la tendencia es pareja, así el 86,2% asiente haberla mantenido (63,2%) o incrementado (23%), mientras que un 13,8% la ha visto mermada.

Por otro lado, las restricciones de movilidad y el cierre de fronteras no han supuesto la prohibición de exportaciones e importaciones, que se han seguido llevando a cabo para el abastecimiento del tejido empresarial e industrial. Prácticamente la totalidad de las empresas encuestadas (97,7%) realizan exportaciones, de ellas el 67,2% señala que durante la crisis sanitaria el volumen de las exportaciones se ha mantenido (88,7%) o incrementado (23,5%), frente a un 11,8% que afirma como éstas han descendido a raíz de la pandemia.

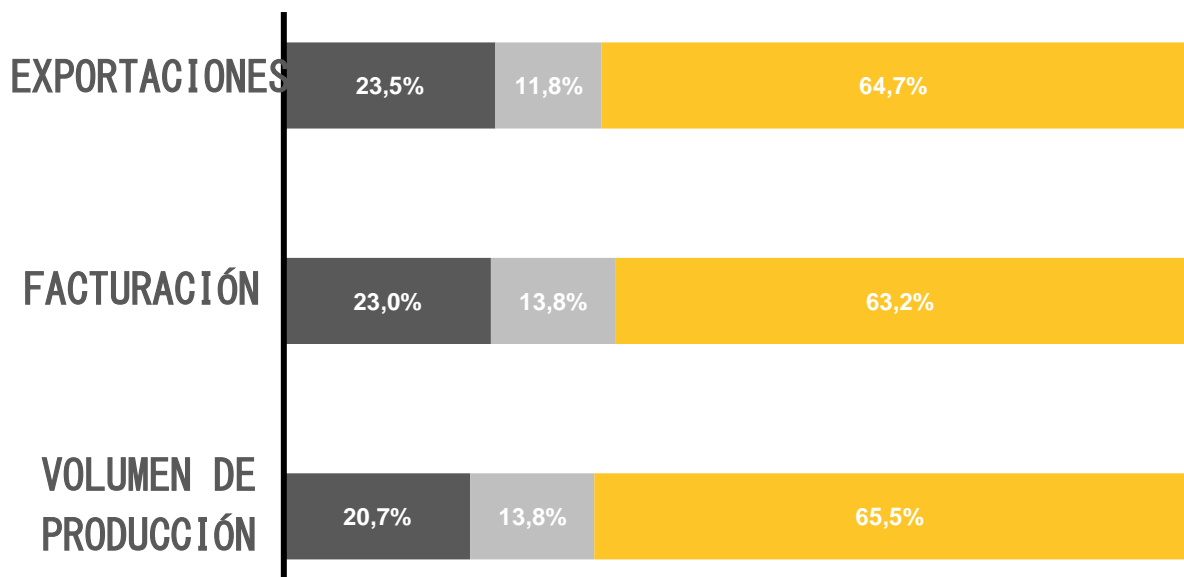
A tenor de los datos analizados se observa como la crisis sanitaria ha tenido efectos negativos en el sector, entorno al 12% de las entidades encuestadas ha visto contraída su producción, las exportaciones y su facturación. Sin embargo, mayoritariamente las empresas (alrededor del 64%) se han mantenido en los mismos niveles que los que presentaban antes de la crisis, por lo que han estado en plena actividad, existiendo además un porcentaje importante de empresas (sobre el 22%) que han resultado beneficiadas por la pandemia incrementando sus volúmenes de producción, facturación y de exportaciones.

¿REALIZAN EXPORTACIONES?

SOLO EL 2,3% DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS NO REALIZAN EXPORTACIONES



DURANTE LA CRISIS SANITARIA ¿CÓMO SE HAN VISTO AFECTADAS LAS EMPRESAS O EXPLOTACIONES DEL SECTOR EN CUANTO A...



Fuente: encuesta a empresas del sector agroalimentario

■ Incremento ■ Reducción ■ Se mantiene

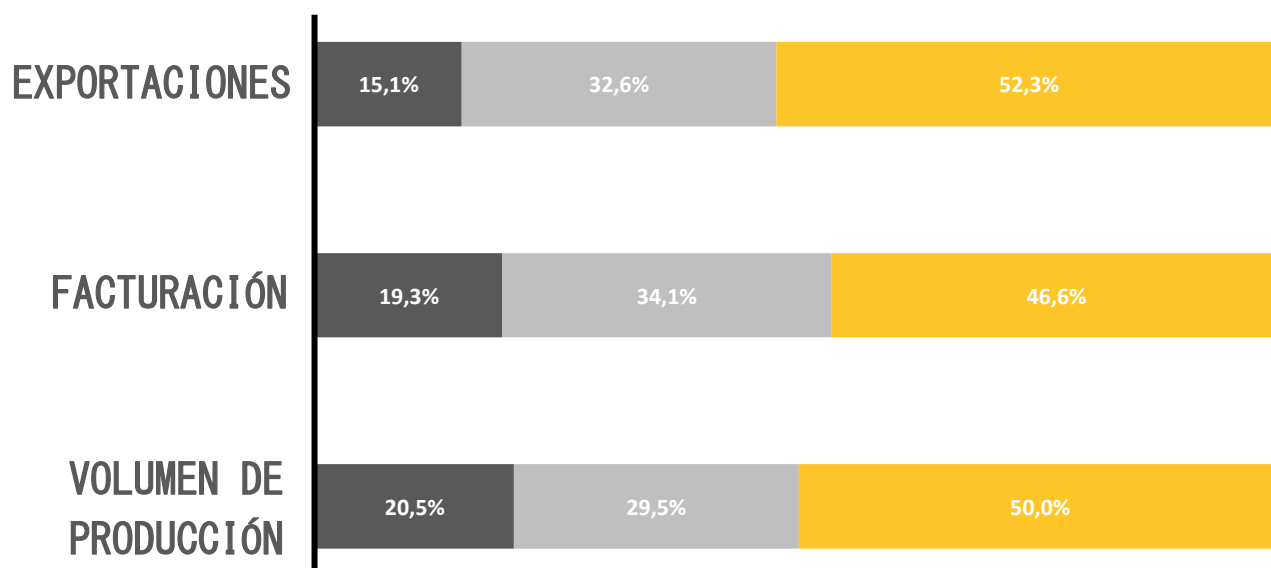
Si analizamos las perspectivas de las empresas del sector tras la pandemia a corto plazo, hay mayor incertidumbre. Así el 70,5% de las empresas prevé mantener (50%) o incrementar (20,5%) su volumen de producción, frente al 29,5% que visualiza un panorama más negativo y anticipan que disminuirá tras la crisis sanitaria.

En cuanto a la facturación el 46,6% de las empresas considera que se mantendrá en valores similares a corto plazo, un 19,3% estima que lo aumentará, y el 34,1% de las empresas encuestadas valora que su facturación caerá.

Las exportaciones presentan una previsión de menor expectativas ya que el 15,1%, estiman que se verán incrementadas, además un 52,3% proyecta permanecerlas en valores similares y un 32,6% opinan que decrecerán a corto plazo tras la pandemia.

En términos generales, un mayor número de empresas proyecta que la reducción será mayor en la facturación (34,1), se mantendrán en mayor medida las exportaciones (52,3%) e incrementará principalmente la producción.

A CORTO PLAZO TRAS LA PANDEMIA, LA PREVISIÓN DE LAS EMPRESAS O EXPLOTACIONES ES...



Fuente: encuesta a empresas del sector agroalimentario

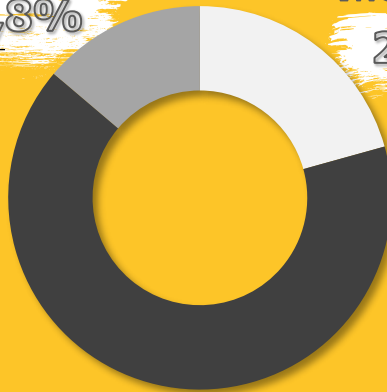
■ Incremento ■ Reducción ■ Se mantiene

VOLUMEN DE PRODUCCIÓN

DURANTE LA PANDEMIA

REDUCCIÓN
13,8%

INCREMENTO
20,7%



SE MANTIENE
65,5%

PREVISIÓN A CORTO PLAZO

57,7%
INCREMENTO

5,8%
INCREMENTO

19,2%
SE MANTIENE

4,5%
INCREMENTO

70,6%
SE MANTIENE

23,1%
REDUCCIÓN

90,9%
SE MANTIENE

23,5%
REDUCCIÓN

4,5%
REDUCCIÓN

FACTURACIÓN

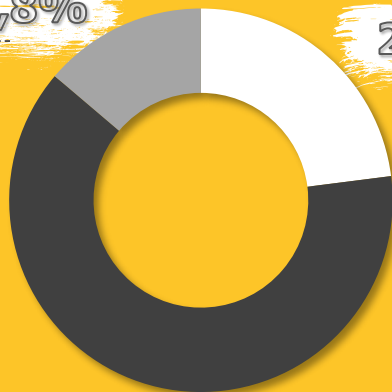
DURANTE LA PANDEMIA

REDUCCIÓN

13,8%

INCREMENTO

23%



SE MANTIENE

63,2%

PREVISIÓN A CORTO PLAZO

53,3%

INCREMENTO

26,7%

SE MANTIENE

20%

REDUCCIÓN

4,9%

INCREMENTO

87,8%

SE MANTIENE

7,3%

REDUCCIÓN

12,5%

INCREMENTO

68,8%

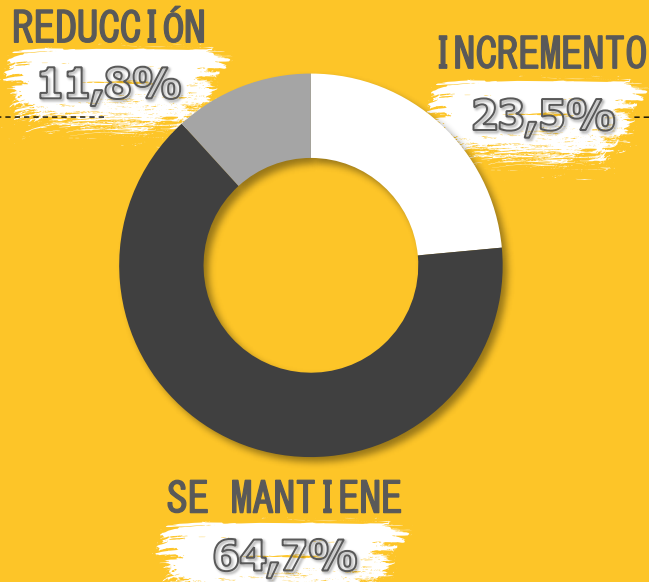
SE MANTIENE

18,8%

REDUCCIÓN

EXPORTACIONES

DURANTE LA PANDEMIA



PREVISIÓN A CORTO PLAZO

53,6%
INCREMENTO

25%
SE MANTIENE

21,4%
REDUCCIÓN

6,8%
INCREMENTO

86,4%
SE MANTIENE

6,8%
REDUCCIÓN

15,4%
INCREMENTO

76,9%
SE MANTIENE

7,7%
REDUCCIÓN

De las empresas que han afirmado que su volumen de producción se redujo durante la pandemia (13,8%), el 57,7% de ellas tienen unas buenas perspectivas de futuro, previendo un incremento a corto plazo tras la crisis sanitaria. No obstante, un 42,3% tiene una previsión más negativa, pues un 19,2% estima que su volumen se mantendrá y un 23,1% que seguirá disminuyendo.

Por el contrario, de entre las que mantuvieron su volumen de producción (65,5%) la gran mayoría prevé que a corto plazo su nivel se sostenga en valores similares (90,9%), un 4,5% que aumentará y otro porcentaje similar que reducirá su producción. Otro dato positivo para el sector, es que de entre las empresas que han aumentado su producción (20,7%) durante la pandemia, el 76,4% cree que lo mantendrá (70,6%) o lo incrementará (5,8%) a corto plazo tras la crisis sanitaria. Por lo que las perspectivas de futuro son alentadoras y más de cara a la reconstrucción como un sector importante neutralizador de la caída de la economía nacional.

En cuanto a la facturación, de las empresas que la han visto reducida durante la pandemia (13,8%), el 53,3% considera que a corto plazo se recupere e incremente, un 26,7% cuenta con que se mantenga en valores similares, mientras que un 20% estima que se reducirá aún más. Respecto a las empresas que han mantenido su nivel de facturación (63,2%) el 87,8% considera que seguirá igual a corto plazo y el 4,9% cree que se incrementará, frente al 7,3% que señala que se reducirá. Por último, las empresas que han aumentado su facturación durante la pandemia (23%), el 68,8% proyectan mantenerla a corto plazo, un 12,5% cree que la incrementará y un 18,8% opina que su facturación se verá reducida.

Analizando las exportaciones, las empresas que han bajado su nivel de exportaciones durante la pandemia (11,8%) el 53,6% prevé a corto plazo reactivar su actividad exportadora e incrementar su volumen, un 21,4% estiman que seguirán cayendo y un 25% señala que se mantendrán. Las que no se han visto afectadas y han mantenido el volumen de exportaciones (64,7%) cerca del 86,4%, cuenta con seguir conservándolas a corto plazo en valores similares, frente a un 6,8% que cree se verán engrosadas tras la crisis sanitaria y el mismo porcentaje de empresas predicen recortes. Por otro lado, las que han crecido en sus exportaciones (23,5%) casi el 77% prevé, tras la pandemia, seguir contando con el mismo volumen alcanzado, un 15,4% su previsión es aumentarlas y el 7,7% indican que bajarán sus exportaciones.

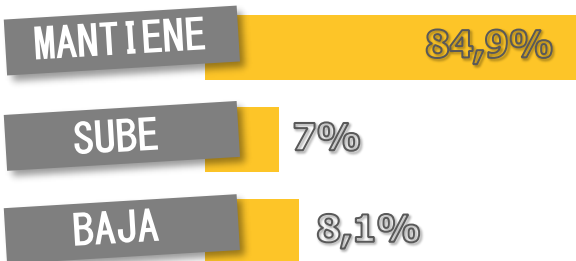
DURANTE LA PANDEMIA

EL COSTE DE LAS MATERIAS PRIMAS QUE UTILIZAN LAS EMPRESAS

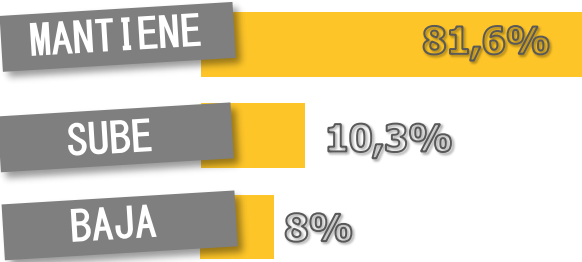


TRAS LA PANDEMIA

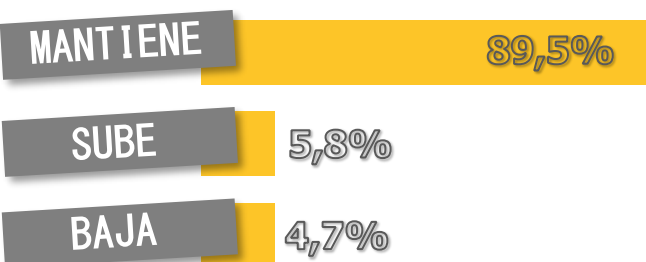
LA PREVISIÓN ES QUE EL COSTE DE LAS MATERIAS PRIMAS QUE UTILIZAN



EL PRECIO DE SUS PRODUCTOS



LA PREVISIÓN DEL PRECIO DE SUS PRODUCTOS



En relación a los costes de las materias primas que utilizan en sus procesos productivos, parece que se han mantenido según la opinión mayoritaria de las empresas encuestadas. Así el 65,1% no ha notado cambios en los precios mientras el 24,4% ha advertido cierto incremento. Solamente un 10,5% apuntaron a una bajada del precio de las materias primas durante el estado de alarma. Por otro lado, la previsión a corto plazo tras la pandemia del coste de las materias primas es positiva, pues el 84,9% de las empresas cree que se mantendrán y un 8,1% considera que se producirá una bajada mientras que solo el 7% cuenta con una subida de precios.

Por otro lado, analizando el precio final de los productos, es decir los precios de venta al público de los productos del sector agroalimentario, la mayoría de las empresas (81,6%) señala que el precio de sus productos se conserva manteniéndose en valores similares a los de antes del decreto del estado de alarma, mientras que un 10,3% de las empresas los ha incrementado y un 8% ha tenido que bajarlos.

En cuanto a la previsión de precios a corto plazo tras la pandemia, el 89,5% de las empresas estiman que los precios de sus productos serán los mismos, mientras que un 5,8% apunta una previsible subida de precios y solo el 4,7% cree que bajarán.

La percepción general de los encuestados es que los precios, tanto de las materias primas como de los productos agroalimentarios, se han mantenido y que seguirán así, al menos a corto plazo tras la crisis sanitaria. Aunque, cabe reseñar que un porcentaje considerable de entidades (24%) ya ha experimentado un incremento del precio de las materias primas de las que se provee.

SITUACIÓN DEL EMPLEO Y CONDICIONES LABORALES



SITUACIÓN DEL EMPLEO Y CONDICIONES LABORALES

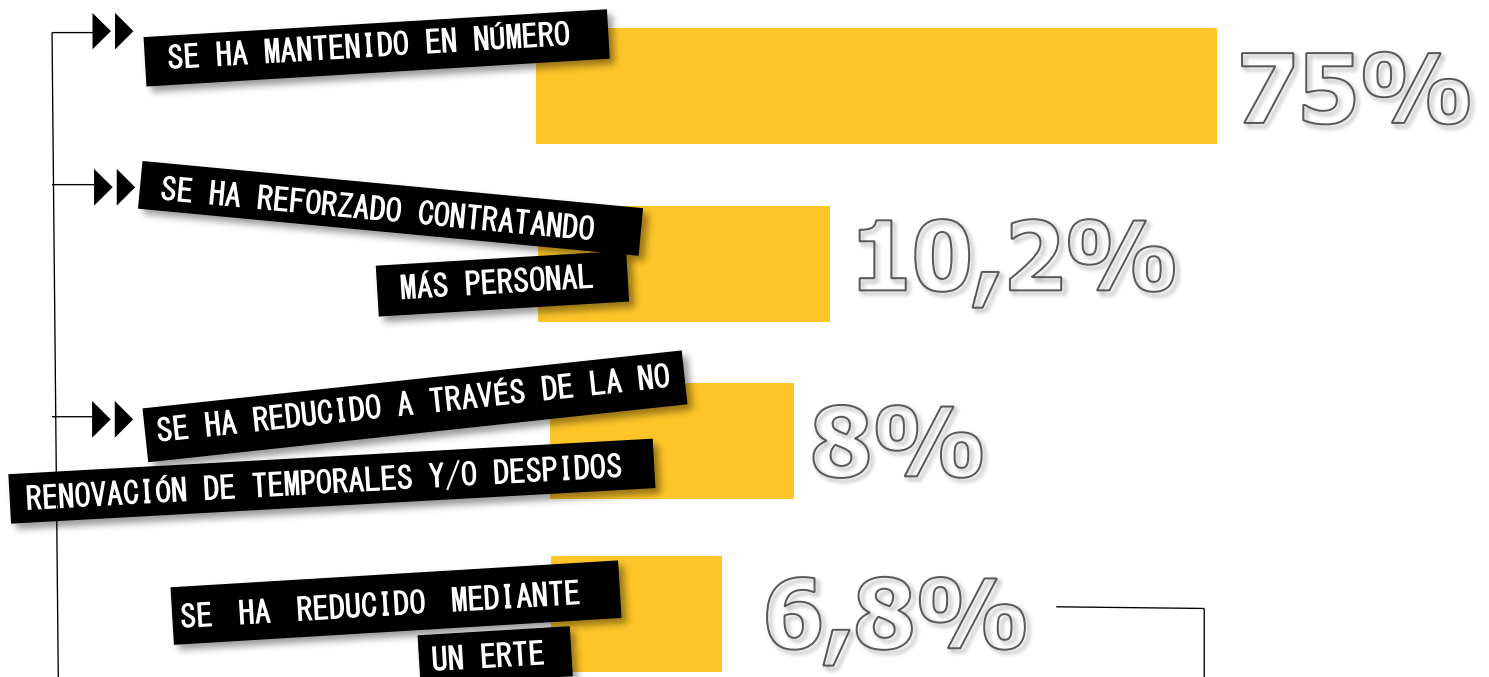
El coronavirus no solamente ha influido en las pautas de consumo y compra o en la producción como en los resultados de las empresas, sino que también se ha dejado sentir en el mercado laboral con miles de personas en ERTE, despidos y reducciones de plantilla. En el sector agroalimentario, como sector esencial aunque no se vio forzado al cierre, también ha sufrido impacto aunque considerablemente menor que en otros sectores.

En esta línea de análisis, el 75% de las empresas del sector encuestadas afirma que ha conservado el mismo volumen de plantilla durante la crisis sanitaria, mientras que un 10,2% señala lo ha reforzado contratando más personal. Por el contrario, el 14,8% declaró haber reducido su plantilla a través de la no renovación de temporales y/o despidos (8%) y la aplicación de ERTES (6,8%).

Las perspectivas de recuperación del sector en términos de mantenimiento del empleo son positivas, pues el 83,3% de las empresas que llevaron a cabo un ERTE no prevén que a corto plazo pueda transformarse en un ERE. Además analizando las previsiones a corto plazo del sector tras la pandemia, se observa como casi la totalidad de las mismas (98,7%) no prevén presentar ningún ERTE o ERE, solo un 1,2% apuntó esa posibilidad con la aplicación de un ERTE.

A tenor de estos datos, la encuesta muestra como el sector agroalimentario ha aguantado la crisis sanitaria sin que ésta haya afectado de forma severa en términos de empleo como en otros sectores. También destacar, que las previsiones a corto plazo apuntan a una estabilidad en el mantenimiento del mercado laboral, lo que viene a reflejar la importancia del sector en términos económicos como motor de crecimiento frente al resto de actividades económicas especialmente castigadas durante el estado de alarma y que continúan con restricciones.

EN CUANTO A LA PLANTILLA LABORAL DE LAS EMPRESAS DURANTE LA PANDEMIA...



TRAS LA PANDEMIA A CORTO PLAZO...

NO PREVEN NI ERTE NI ERE **98,7%**

1,2% PREVEN PRESENTAR ERTE

UN 83,3% DE LAS EMPRESAS QUE HAN LLEVADO A CABO UN ERTE NO CREEN QUE A CORTO PLAZO ESE ERTE PUEDA TERMINAR EN UN ERE

En cuanto a las bajas laborales, el sector se ha visto afectado por un gran número de ellas, el 64,6% de las empresas han tenido bajas laborales durante la pandemia, frente a un 35,4% que afirma no haber sufrido ninguna. Un alto porcentaje de empresas (el 46%) que han presentado bajas laborales no las han cubierto. En contraste para suplirlas, un 19,5% han contratado más personal, un 10,8% lo ha hecho mediante horas extras y un 4,2% ampliando la jornada parcial de sus trabajadores.

Analizando las contrataciones del sector durante la pandemia, se observa como un porcentaje elevado de entidades no ha incorporado personal durante el estado de alarma, concretamente el 71,6% de las empresas encuestadas. En cambio un 28,4% si ha tenido que contratar más personal, presentando un 80% de ellas dificultades en la selección del personal. Entre los principales problemas encontrados, el 80% de las empresas destaca la falta de mano de obra interesada en trabajar en el sector, por dos motivos principales (registrando ambas el 40% de las empresas consultadas) tanto por la falta de experiencia y como por la no conformidad con las condiciones laborales de los candidatos entrevistados.

Las condiciones laborales de los trabajadores del campo están siendo puestas en tela de juicio como así se demuestra con las concentraciones y manifestaciones del sector en los meses previos al estado de alarma, esto unido al miedo a salir de los hogares por posibles contagios y a las dificultades de desplazarse a los campos de cultivo en pleno estado de alarma con las prohibiciones de los viajes conjuntos en coches, hace aún más difícil encontrar a candidatos interesados en los puestos de trabajo.

En la recolección de frutas, verduras y hortalizas el desplazamiento a los campos de cultivo suele realizarse en coche al ser el único medio de transporte posible, con la carencia de transporte público adecuado, lo que hace que muchos trabajadores compartan los viajes en coche, pero en pleno estado de alarma la prohibición de viajar más de una persona en coche imposibilitó a muchos trabajadores desplazarse hasta sus puestos de trabajo, mermando los interesados en esos puestos laborales.

¿DURANTE LA PANDEMIA HA HABIDO BAJAS LABORALES EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR?

SÍ

NO

64,6%

35,4%

¿CÓMO HAN SIDO CUBIERTAS?

CONTRATANDO PERSONAL

19,5%

AMPLIANDO LA JORNADA LABORAL DE OTROS TRABAJADORES A TIEMPO PARCIAL

4,2%

MEDIANTE HORAS EXTRA SEGÚN NORMATIVA LABORAL

10,8%

OTRAS

19,5%

NO SE HAN CUBIERTO

46%

¿SE HAN REALIZADO CONTRATACIONES DURANTE LA PANDEMIA?

SÍ

28,4%

NO

71,6%

¿HAN TENIDO DIFICULTADES A LA HORA DE ENCONTRAR PERSONAL?



¿CUÁLES?

CARENCIA DE CANDIDATOS INTERESADOS

80%

FALTA DE PROFESIONALES CON EXPERIENCIA REQUERIDA

40%

PROBLEMAS DE DESPLAZAMIENTO DE LAS PERSONAS A CONTRATAR

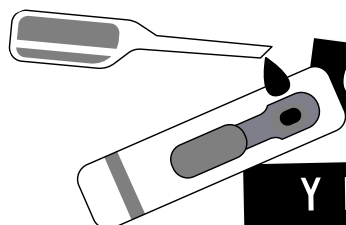
20%

CANDIDATOS QUE NO LES INTERESAN

LAS CONDICIONES LABORALES

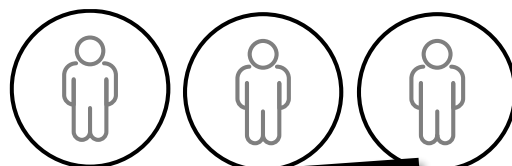
40%

¿QUÉ MEDIDAS DE SALUD LABORAL Y SEGURIDAD HAN APLICADO LAS EMPRESAS?



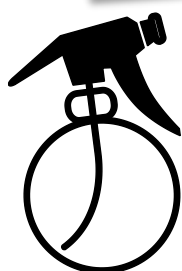
CONTROLES DE SALUD
Y REALIZACIÓN DE TEST

93,2%



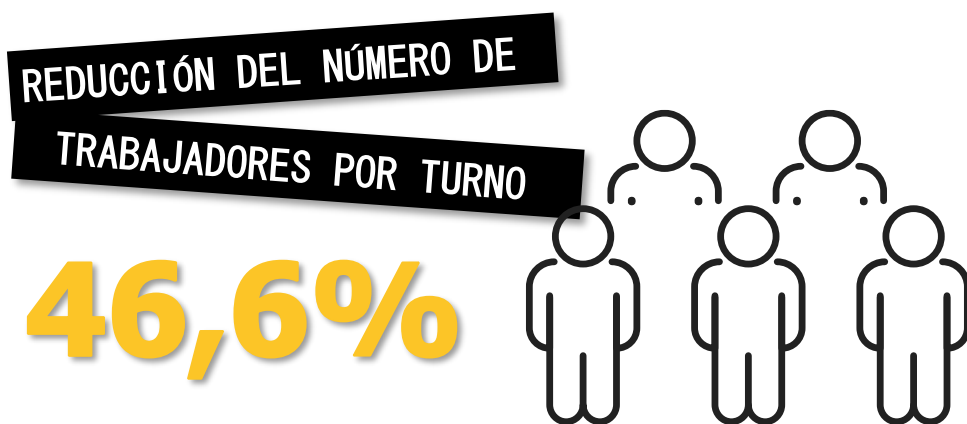
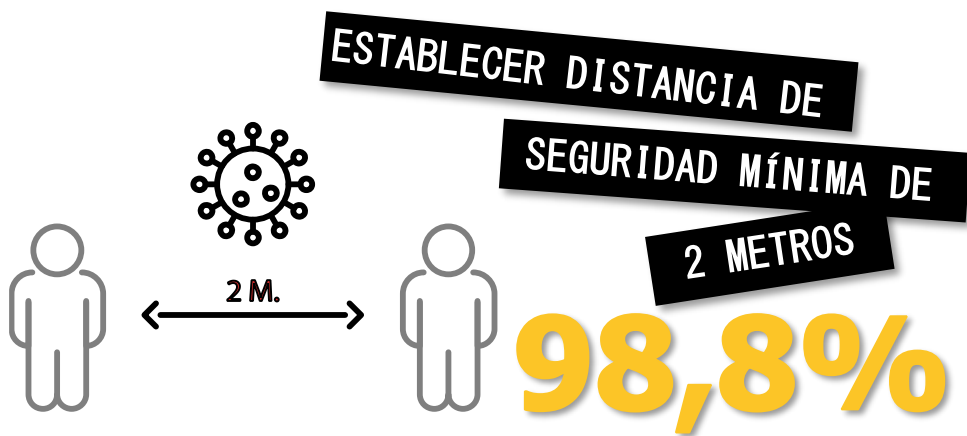
AISLAR POSITIVOS
Y SU ENTORNO

89,8%



DESINFECCIÓN CONTINUA DE LAS
HERRAMIENTAS Y MAQUINARIA
DE TRABAJO

98,8%



LOGÍSTICA Y SUMINISTRO DE LA CADENA



LOGÍSTICA Y SUMINISTROS DE CADENA

Dada la paralización de la actividad de sectores no esenciales, algunas empresas de sectores esenciales como el agroalimentario, han tenido problemas de abastecimiento de productos o servicios por el cierre de sus proveedores que las abastecen. En concreto el 77,3% de las empresas encuestadas han registrado problemas de suministros durante la pandemia, frente al 22,7% que no los ha tenido.

Analizando más detalladamente las dificultades con las que se han encontrado, destacan los problemas de suministro por parte de los proveedores (19,1%), imposibilitando o dificultando su al carecer de bienes o servicios que precisan en su cadena productiva, mientras que un 16,1% de las empresas afirma haber tenido retrasos en las entregas de proveedores de suministros o materias primas. Otro 16,1% señala haber sufrido retrasos en la entrega de sus productos, lo que está relacionado con la falta de suministros por parte de los proveedores y por el retraso en la entrega de los mismos. Además un 4,5% manifiesta que esas dificultades se han producido por el encarecimiento de precios por parte de sus proveedores.

En cuanto a las medidas tomadas por las empresas para solventar estas barreras acontecidas durante el estado de alarma, destaca la aceptación de la subida de precios, para poder seguir desarrollando su actividad productiva el 41,2% de las empresas ha tenido que aceptar este incremento de precio de sus proveedores, por el contrario un 11,8% ha optado por cambiar de proveedor y un 5,9% han sustituido por otro el sistema o la empresa de transporte.

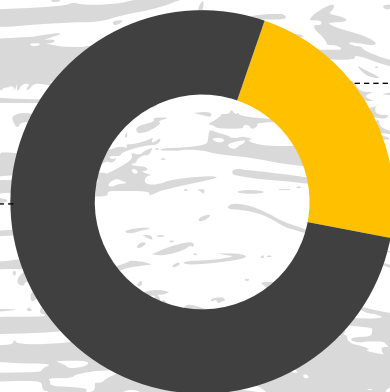
¿HAN TENIDO PROBLEMAS DE SUMINISTROS Y/O LOGÍSTICA DURANTE LA PANDEMIA?

SÍ

77,3%

NO

22,7%



¿CUÁLES?

19,1%

PROBLEMAS DE SUMINISTROS POR PARTE DE LOS PROVEEDORES

0%

PROBLEMAS PARA TRANSPORTAR SUS MERCANCÍAS

4,5%

SUBIDA DE PRECIOS DE PROVEEDORES

16,1%

RETRASO EN LAS ENTREGAS DE PROVEEDORES DE SUMINISTROS

O MATERIAS PRIMAS

16,1%

RETRASO EN LA ENTREGA DE SUS PRODUCTOS

38,4%

OTROS

¿CÓMO SE HAN RESUELTO LOS PROBLEMAS DE LOGÍSTICA O DE SUMINISTROS?

41,2% ACEPTANDO LA SUBIDA DE PRECIOS

11,8%

CAMBIO DE PROVEEDORES

5,9%

CAMBIO DEL SISTEMA O EMPRESA DE TRANSPORTE

41,2%

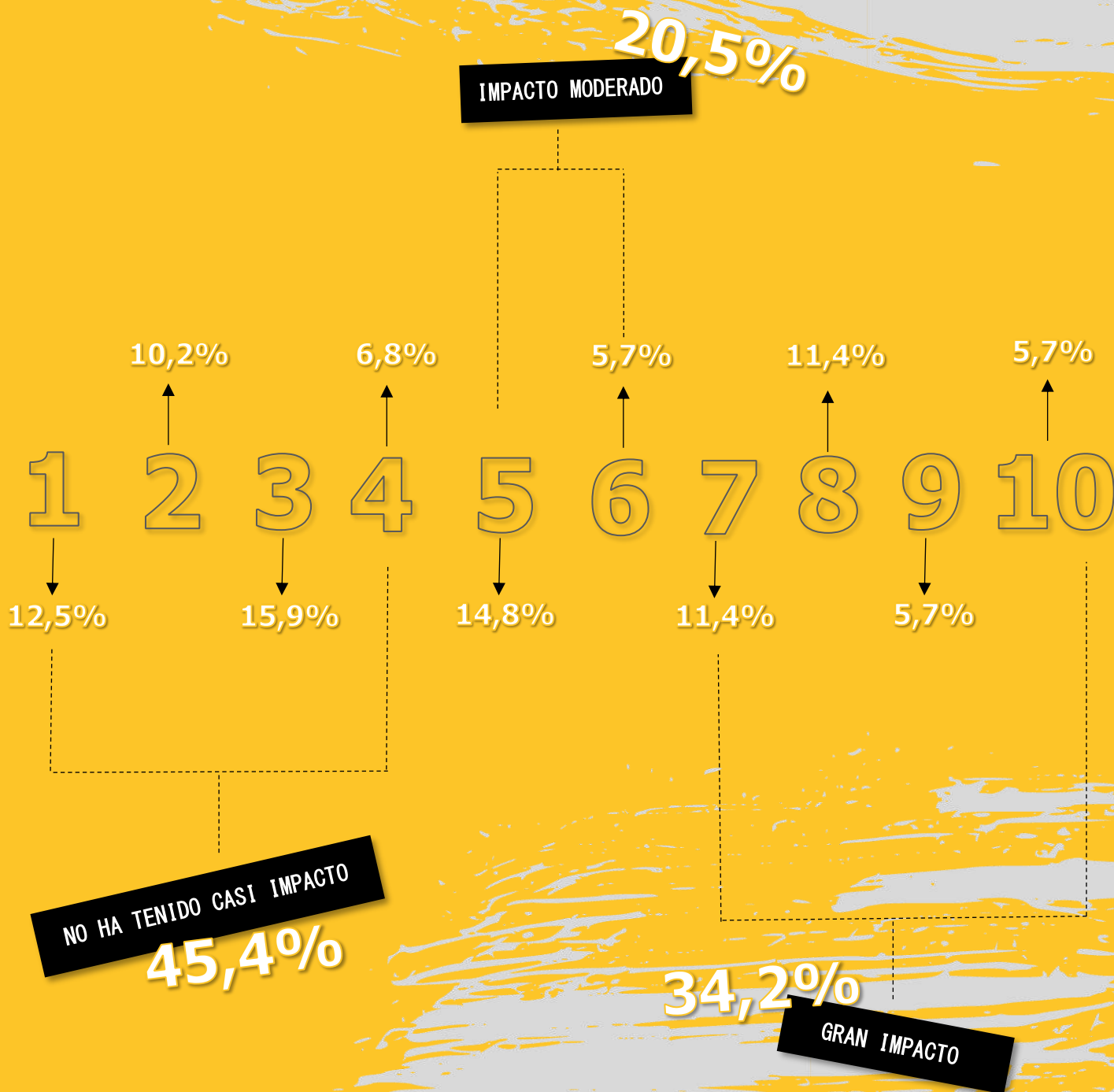
OTROS

IMPACTO DEL COVID-19



¿QUÉ IMPACTO GLOBAL HA TENIDO LA PANDEMIA EN EL CONJUNTO DEL SECTOR?

EN UNA ESCALA DEL 1 (IMPACTO NULO) AL 10 (IMPACTO TOTAL)

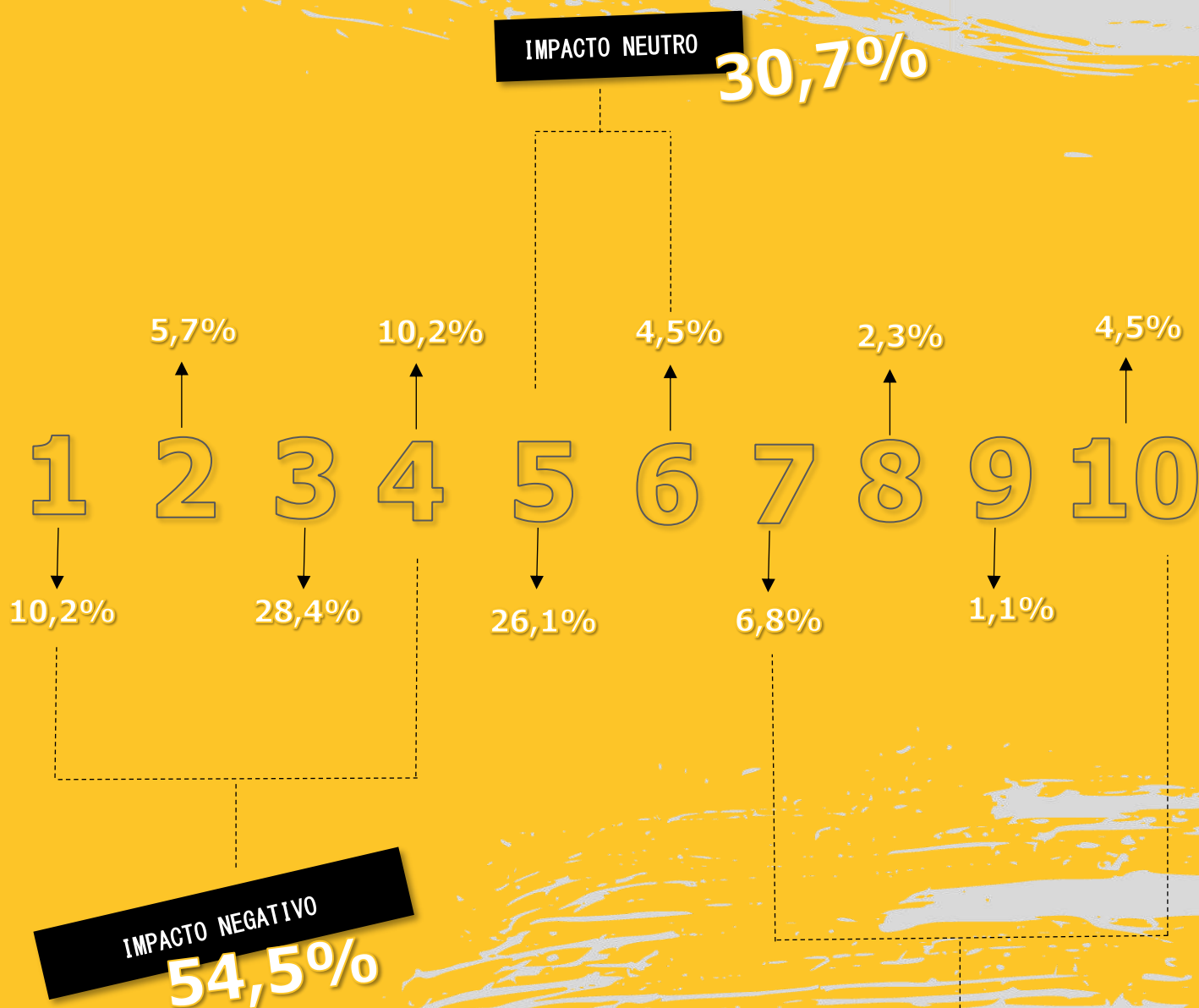


MEDIA 4,94

MEDIANA 5

¿CÓMO HA SIDO EL IMPACTO QUE HA TENIDO LA PANDEMIA EN EL CONJUNTO DE SU EMPRESA?

EN UNA ESCALA DEL 1 (MUY NEGATIVO) AL 10 (MUY POSITIVO)



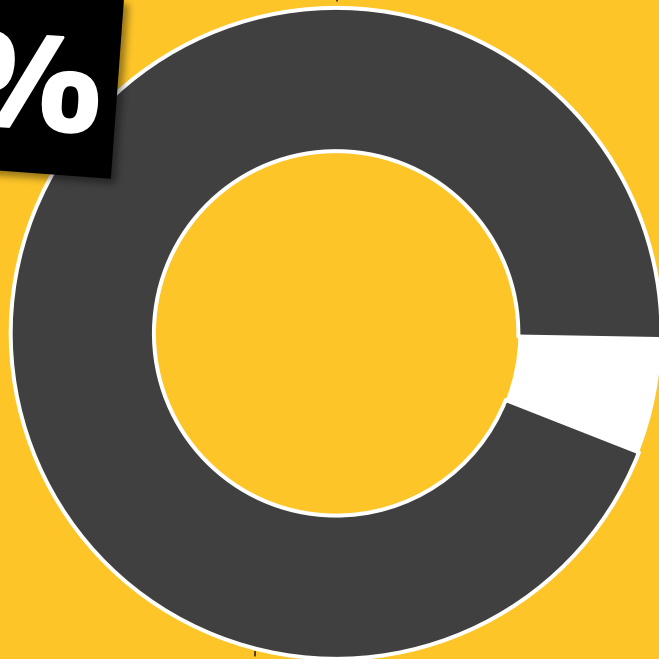
MEDIA 4,27

MEDIANA 4

¿CONSIDERAN LAS EMPRESAS ESTAR PREPARADAS PARA UN POSIBLE REBROTE DE LA PANDEMIA?

SÍ

94,3%



NO

5,7%



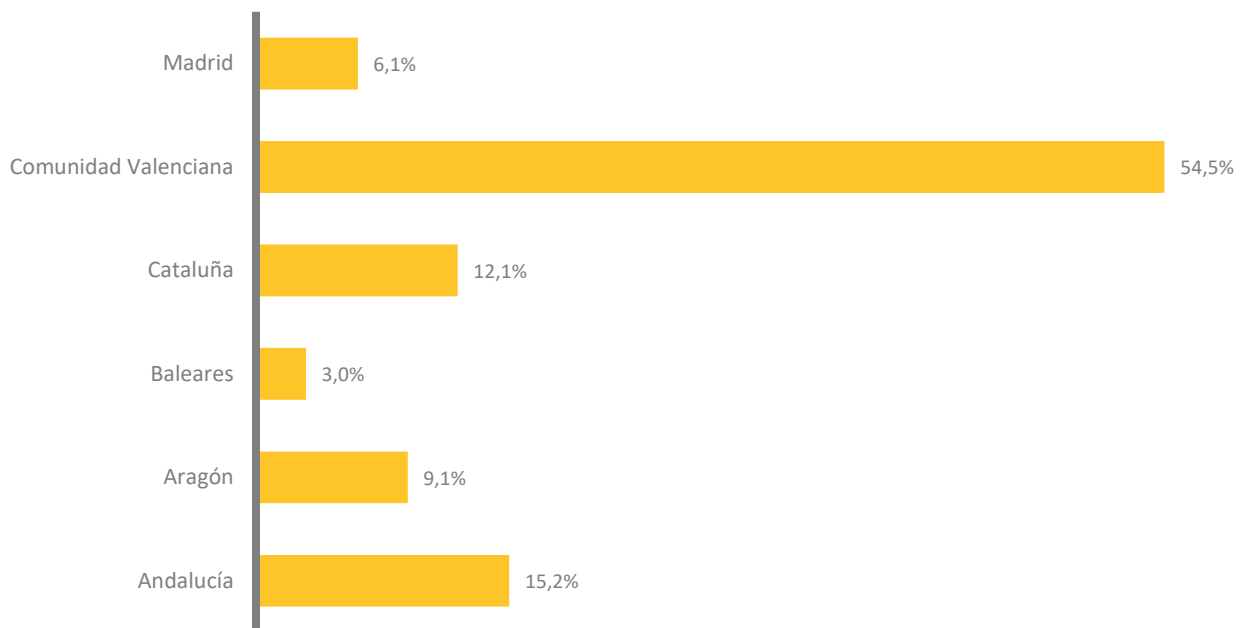
ENCUESTA A TRABAJADORES

SITUACIÓN DE LOS TRABAJADORES DURANTE LA
PANDEMIA

DATOS DEL PANEL

La muestra obtenida de la encuesta para el análisis de la situación laboral de los trabajadores del sector agroalimentario durante la pandemia, tiene una mayor presencia de trabajadores de empresas pertenecientes a la CCAA de la comunidad Valenciana, en concreto casi el 54,5% de los trabajadores encuestados pertenecen a empresas de esta Comunidad Autónoma, seguida de Andalucía, que representa el 15,2% de la muestra y Cataluña con el 12,1%.

CCAA DE LAS EMPRESAS

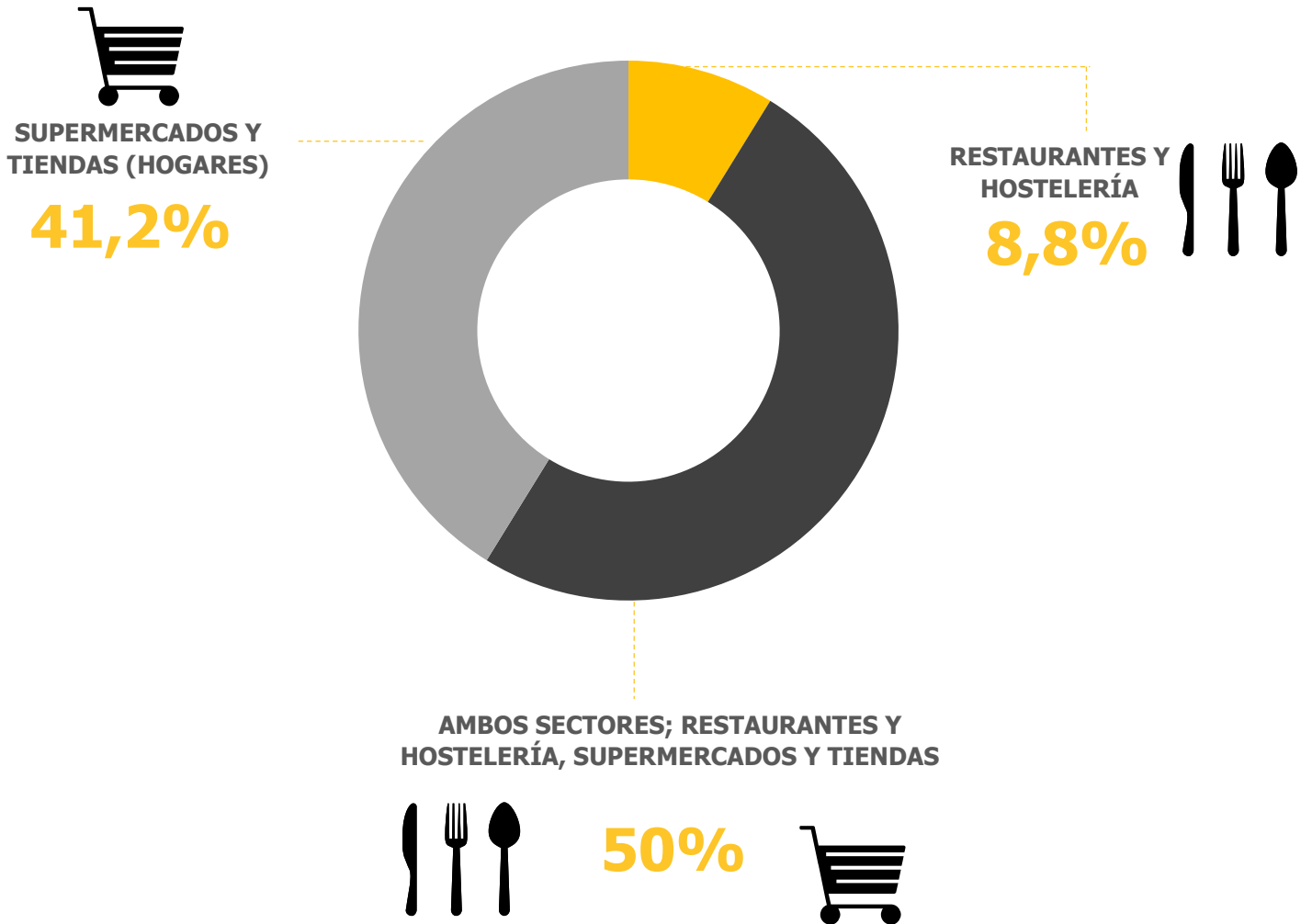


Fuente: Análisis de la muestra de la encuesta a trabajadores del sector Agroalimentario

Centrándonos en el análisis del tipo de clientes al que va dirigida la producción de las empresas de los trabajadores encuestados, se observa como la mayor parte pertenecen a empresas cuyos clientes principales son tanto el sector de la hostelería como de tiendas y supermercados, 50%. Igualmente los empleados cuyas empresas tienen como cliente principal a restaurantes y a la hostelería suponen el 8,8% del total, mientras que un 41,2% realiza sus funciones en empresas que tienen como cliente principal a supermercados y tiendas.



CONSUMO DIRIGIDO A...

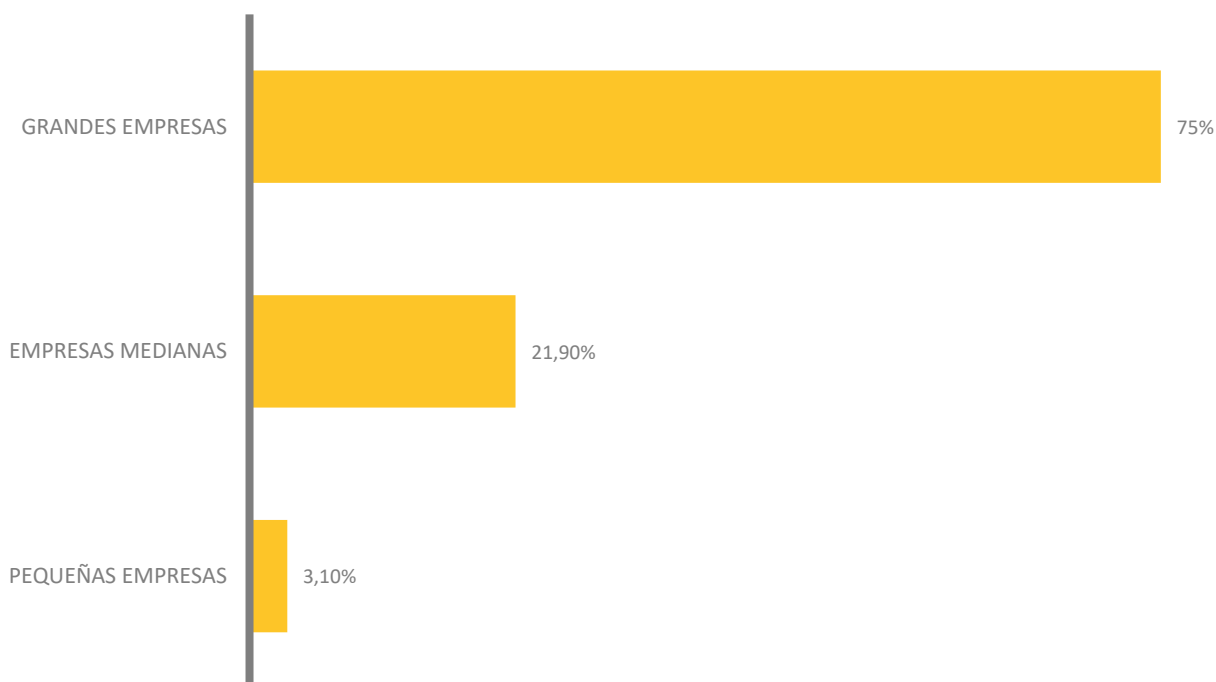


Fuente: Análisis de la muestra, encuesta a trabajadores del sector Agroalimentario

SON POCAS LAS EMPRESAS QUE TIENEN COMO CLIENTE PRINCIPAL EXCLUSIVAMENTE EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA. LA MAYOR PARTE DE LOS TRABAJADORES ENCUESTADOS PERTENECEN A EMPRESAS QUE TIENEN COMO CLIENTE PRINCIPAL TANTO AL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN COMO LAS TIENDAS Y SUPERMERCADOS.



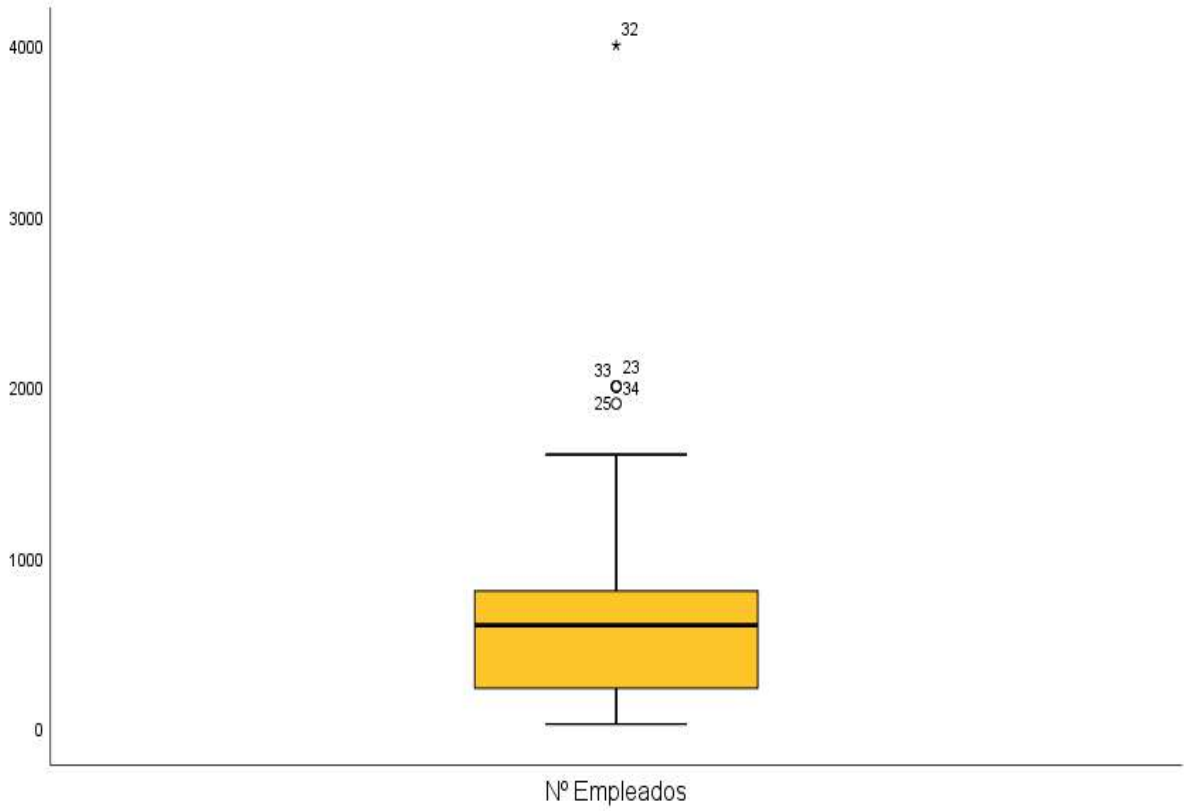
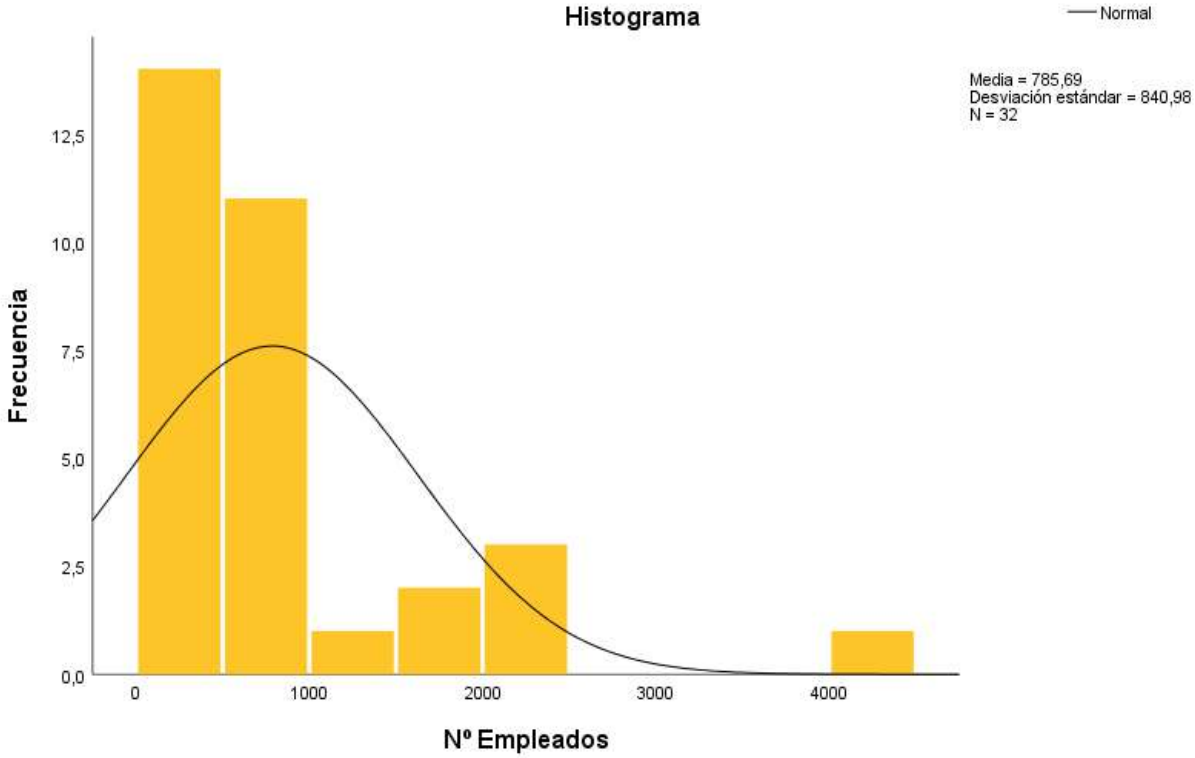
TAMAÑO DE LAS EMPRESAS



Fuente: Análisis de la muestra, encuesta a trabajadores del sector Agroalimentario

Atendiendo al tamaño de las empresas, la mayor proporción de trabajadores de la muestra pertenece a la gran empresa, concretamente el 75% están empleados en entidades con más de 250 empleados. El 3,1% de los encuestados trabaja en la pequeña empresa de entre 10 y 49 trabajadores, careciendo la muestra obtenida de trabajadores pertenecientes a la microempresa -menos de 10 trabajadores-. Por otro lado, la mediana empresa recoge al 21,9% del total de trabajadores de la muestra. De este modo, los encuestados se ocupan en empresas que de media tienen 785 trabajadores, sin embargo la mediana se sitúa en 600. Al tratarse de una distribución no normal, como así se demuestra a través de la realización de la prueba estadística de Kolmogorov-Smirnov que da un nivel de significación bilateral de 0,00, es conveniente utilizar como medida de tendencia central la mediana en lugar de la media. La mediana se sitúa en 600, lo que quiere decir que el 50% de los trabajadores encuestados pertenecen a empresas que tienen un número de trabajadores superior a 600, mientras que el otro 50% de los trabajadores pertenecen a empresas cuyas plantillas tienen menos de 600 trabajadores.

ANÁLISIS DE DISPERSIÓN N° DE EMPLEADOS



Fuente: Análisis de la muestra, encuesta a trabajadores del sector Agroalimentario

En la representación gráfica de la dispersión de los valores de la variable "Nº de empleados" a través del diagrama Box Plot se puede observar como hay una gran concentración de casos en valores correspondientes a un menor número de trabajadores en las empresas, mientras que la presencia de outliers en valores superiores afecta a la media, al no ser un estadístico robusto, razón por la cual la mediana se convierte en la mejor medida de tendencia central a utilizar. En el histograma se puede comprobar la aproximación de la normal, evidenciando una



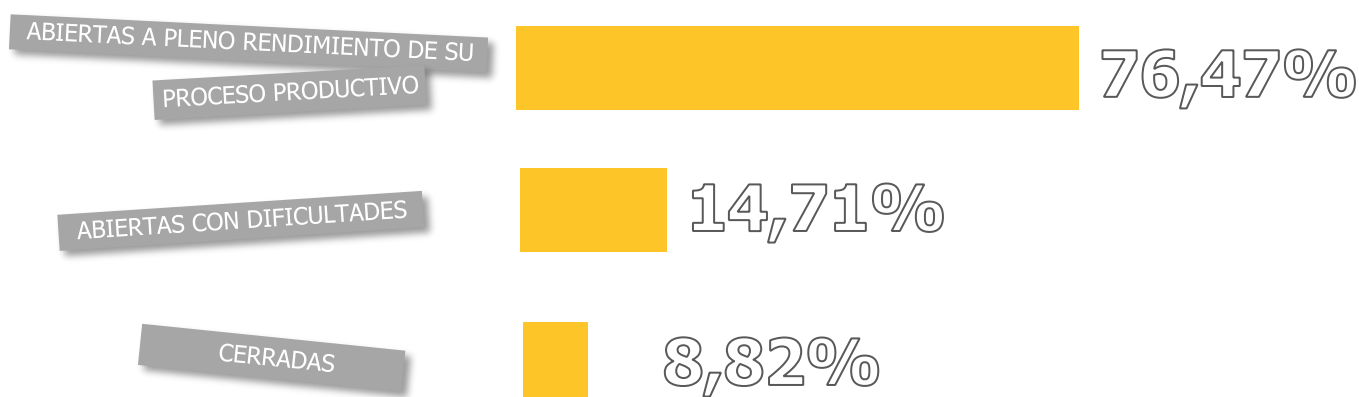
SITUACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS

An aerial photograph of a shipping yard or port area. In the center, a white truck with a long trailer is parked on a paved road. The yard is filled with numerous stacks of grey and white shipping containers, arranged in neat rows. The perspective is from a high angle, looking down at the scene. The text 'SITUACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS' is overlaid in large, bold, yellow letters across the top half of the image.

SITUACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS

El impacto de la Covid-19 no ha afectado igual a todos los sectores productivos, el sector agroalimentario, como sector esencial, no se vio afectado por el cierre forzoso de empresas para la contención de la propagación de la enfermedad. De manera contraria, la llamada "semana del pánico" en la que se produjo la compra masiva de alimentos obligó a la industria a reforzar su estructura productiva para poder abastecer el incremento de demanda.

¿EN QUÉ ESTADO SE ENCONTRABA DURANTE LA PANDEMIA LA EMPRESA O EXPLOTACIÓN DONDE TRABAJA?



Fuente: encuesta a trabajadores del sector agroalimentario

LA MAYOR PARTE DE LOS ENCUESTADOS HAN TRABAJADO DURANTE LA PANDEMIA EN EMPRESAS QUE SE ENCONTRABAN ABIERTAS A PLENO RENDIMIENTO DE SU PROCESO PRODUCTIVO

El 76,47% de los trabajadores participantes trabajan en entidades que han estado abiertas a pleno rendimiento durante la pandemia, mientras que un 8,82% sus empresas han cerrado durante la crisis sanitaria. Además, el 14,71% restante se ocupa en empresas que han tenido cierta dificultad para continuar abiertas.

Por otro lado, el 30,3% de los trabajadores encuestados señalaron que sus empresas sí han registrado dificultades para continuar con su proceso productivo, frente al 69,7% que se emplean en entidades que no las han sufrido. De entre esos trabajadores que sus empresas si mostraron dificultad, el 80% afirma que la entidad o explotación redujeron su actividad, mientras que el 10% de empleados afirma que su empresa mantuvo la actividad productiva pese a las dificultades que presentaban y, el mismo porcentaje de trabajadores señala que se produjo un incremento de la actividad aun dándose dificultades para ello. De entre los trabajadores que trabajan en empresas sin dificultades para llevar a cabo su actividad productiva durante la crisis sanitaria, el 60,9% señala que se produjo un incremento de su actividad, mientras que el 34,8% confirma que se ha mantenido la misma durante la pandemia, y solo un 4,3% su entidad la ha reducido.

A nivel general, sin distinción entre si sus empresas han reportado o no dificultades para el mantenimiento de su actividad durante la pandemia, un 45,5% de los trabajadores encuestados afirma que la entidad ha incremento de actividad durante la crisis sanitaria, mientras que un 27,3% señala que se ha mantenido y otro 27,3% apunta a una reducción.



¿HAN TENIDO LAS EMPRESAS DIFICULTADES PARA EL MANTENIMIENTO DE SU ACTIVIDAD EMPRESARIAL DURANTE LA CRISIS SANITARIA?

SÍ

NO

30,3%

69,7%

¿CUÁL HA SIDO LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA DURANTE LA PANDEMIA?

¿CUÁL HA SIDO LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA DURANTE LA PANDEMIA?

INCREMENTO DE LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA

10%

MANTENIMIENTO DE LA ACTIVIDAD

10%

REDUCCIÓN DE LA ACTIVIDAD

80%

INCREMENTO DE LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA

60,9%

MANTENIMIENTO DE LA ACTIVIDAD

34,8%

REDUCCIÓN DE LA ACTIVIDAD

4,3%

A NIVEL GENERAL...

EL

45,5%

DE LAS EMPRESAS

HAN INCREMENTADO SU ACTIVIDAD PRODUCTIVA

DURANTE LA PANDEMIA

EL

27,3%

DE LAS EMPRESAS

HAN MANTENIDO SU ACTIVIDAD PRODUCTIVA

DURANTE LA PANDEMIA

EN VALORES SIMILARES A LOS ANTERIORES A LA CRISIS SANITARIA

EL

27,3%

DE LAS EMPRESAS

HAN REDUCIDO SU ACTIVIDAD PRODUCTIVA

DURANTE LA PANDEMIA

SITUACIÓN DEL EMPLEO Y CONDICIONES LABORALES



SITUACIÓN DEL EMPLEO Y CONDICIONES LABORALES

El confinamiento impuesto por la crisis sanitaria como medida de control de la expansión del Covid-19 ha supuesto el cierre de muchos sectores no esenciales, ocasionando miles de personas en ERTES y despidos. El sector del turismo y la restauración se ha visto especialmente damnificado al verse abocado al cierre forzoso. El impacto que la pandemia ha tenido en el sector agroalimentario en términos de empleo ha sido menor que el dado en otros sectores, al tratarse de un sector esencial. La industria alimentaria, así como las explotaciones ganaderas y agrícolas han seguido abiertas para abastecer la demanda de productos. Resulta interesante el análisis de cómo la pandemia ha afectado en términos de empleo al sector, así como el análisis de las condiciones laborales de los trabajadores del sector en plena pandemia.

La mayoría de los trabajadores encuestados, el 58,8%, trabajan en entidades o explotaciones que han mantenido el volumen de plantilla que tenían antes de la pandemia, mientras que un 32,4% ha aumentado el volumen para poder dar respuesta a la demanda de los consumidores. Mientras que solo un 5,9% ha reducido su plantilla mediante la no renovación de temporales y/o despidos. Además el 2,9% de las empresas se ha visto obligada a llevar a cabo un ERTE.

El porcentaje de ERTES presentados por las empresas encuestadas en comparativa con otros sectores económicos es inferior, no obstante estas cifras sobre el desempleo del sector se han analizado en detalle a partir de los últimos datos registrados por la EPA y el Servicio Público de Empleo en el epígrafe 5.3, del presente estudio, relativo al mercado laboral.

EN CUANTO A LA PLANTILLA LABORAL DE LAS EMPRESAS
DURANTE LA PANDEMIA...

SE HA MANTENIDO EN NÚMERO

58,8%

SE HA REFORZADO CONTRATANDO
MÁS PERSONAL

32,4%

SE HA REDUCIDO A TRAVÉS DE LA NO
RENOVACIÓN DE TEMPORALES Y/O DESPIDOS

5,9%

SE HA REDUCIDO MEDIANTE
UN ERTE

2,9%

COMO SERVICIO ESENCIAL EL SECTOR
AGROALIMENTARIO HA ESTADO ACTIVO DURANTE EL
ESTADO DE ALARMA

UN 91,2% DE LOS TRABAJADORES AFIRMAN QUE
LAS EMPRESAS DÓNDE DESARROLLAN SU ACTIVIDAD
HAN MANTENIDO O AUMENTADO SU PLANTILLA
DURANTE LA PANDEMIA

No obstante, la encuesta aporta información de interés sobre las condiciones de los trabajadores durante la crisis sanitaria. Así, a continuación se analiza cómo la pandemia ha afectado al sector en algunos aspectos del trabajo que tienen que ver directamente con la calidad del empleo, coincidiendo además en tiempo con las protestas y movilizaciones del sector agrario por los bajos precios que pagan las empresas intermediarias por sus productos como por las condiciones laborales. El incremento en muchos casos de la actividad productiva de las empresas para satisfacer la demanda de los consumidores ha tenido efecto en términos de empleo, no solamente en lo referente a nuevas contrataciones sino también en las jornadas laborales de los trabajadores del sector, incrementándose en muchos casos el número de horas extra, doblando turnos...

Una parte importante de los encuestados, el 41,2% no ha sufrido ningún cambio en su jornada laboral, mientras que un 23,5% la ha visto aumentada con horas extras retribuidas, en contraposición al 2,9% que afirma haber realizado horas extras por las cuales no han recibido ningún tipo de retribución.

Otra estrategia llevada a cabo por las empresas para hacer frente al incremento de demanda ha sido la conversión de los contratos de tiempo parcial a tiempo completo, en este sentido un 5,9% de los trabajadores encuestados ha ampliado a jornada completa. Por otro lado, un 17,6% de los trabajadores ha prolongado turnos durante el estado de alarma.

Se identifica a través de las respuestas recogidas que empresas con bajada drástica de su producción, sus empleados han estado de vacaciones durante el estado de alarma, concretamente el 17,6% de los trabajadores encuestados. De este modo, afirmaron haber tomado vacaciones durante la pandemia no sufriendo cambios de su jornada laboral a su vuelta.

SITUACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DURANTE LA PANDEMIA

5,9%

Ha ampliado su jornada laboral teniendo anteriormente jornada parcial

23,5%

Ha ampliado su jornada realizando horas extras retribuidas

2,9%

Ha ampliado su jornada laboral realizando horas extra sin retribución

17,6%

Ha ampliado turno

No ha habido ningún cambio en su jornada laboral

41,2%

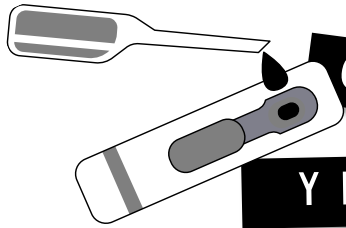
17,6%

Ha tomado vacaciones un tiempo y a la vuelta se ha incorporado sin cambios en su jornada

5,9%

Ha estado de baja laboral y a la vuelta ha retomado su actividad sin cambios en su jornada

¿QUÉ MEDIDAS DE SALUD LABORAL Y SEGURIDAD HAN APLICADO LAS EMPRESAS?



CONTROLES DE SALUD
Y REALIZACIÓN DE TEST

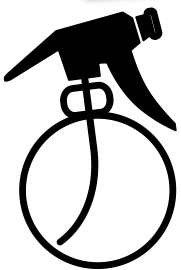
20,6%



AISLAR POSITIVOS
Y SU ENTORNO

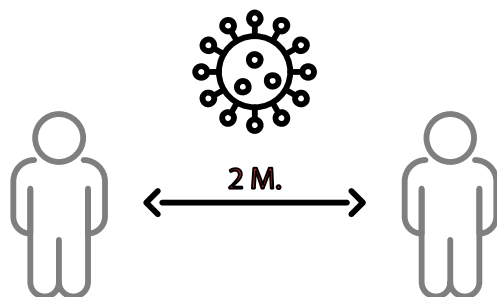
41,2%

DESINFECCIÓN CONTINUA DE LAS
HERRAMIENTAS Y MAQUINARIA
DE TRABAJO



73,5%

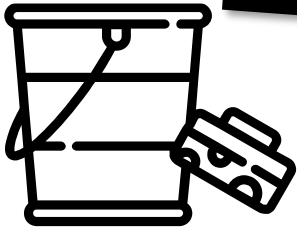
ESTABLECER DISTANCIA DE
SEGURIDAD MÍNIMA DE
2 METROS



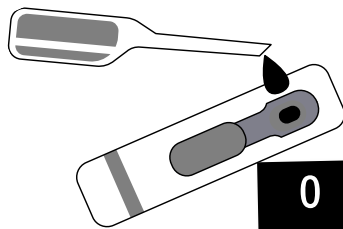
58,8%

INCREMENTO DE LA LIMPIEZA

DEL PUESTO DE TRABAJO



64,7%



DOTAR DE EPI'S

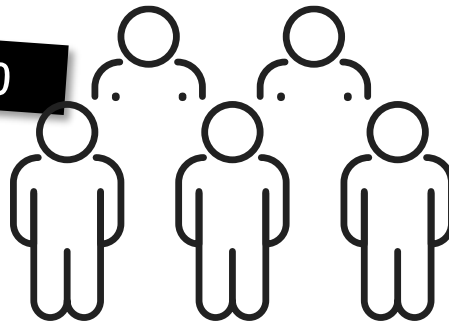
O SISTEMAS DE PROTECCIÓN

61,8%

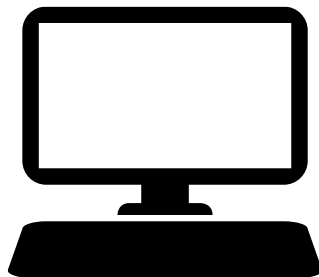
REDUCCIÓN DEL NÚMERO DE

TRABAJADORES POR TURNO

14,7%

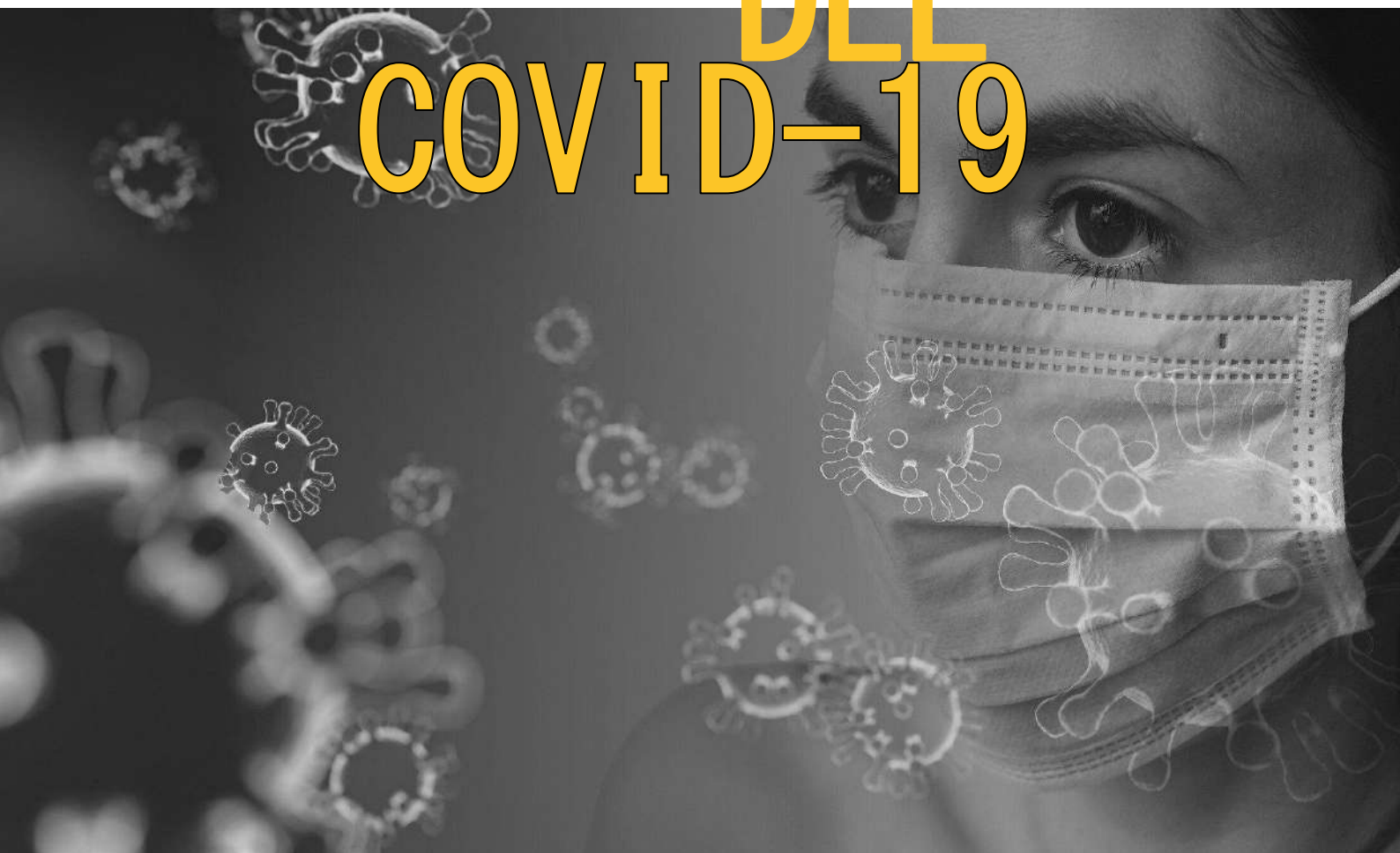


TELETRABAJO



29,4%

IMPACTO DEL COVID-19



IMPACTO DE LA COVID-19

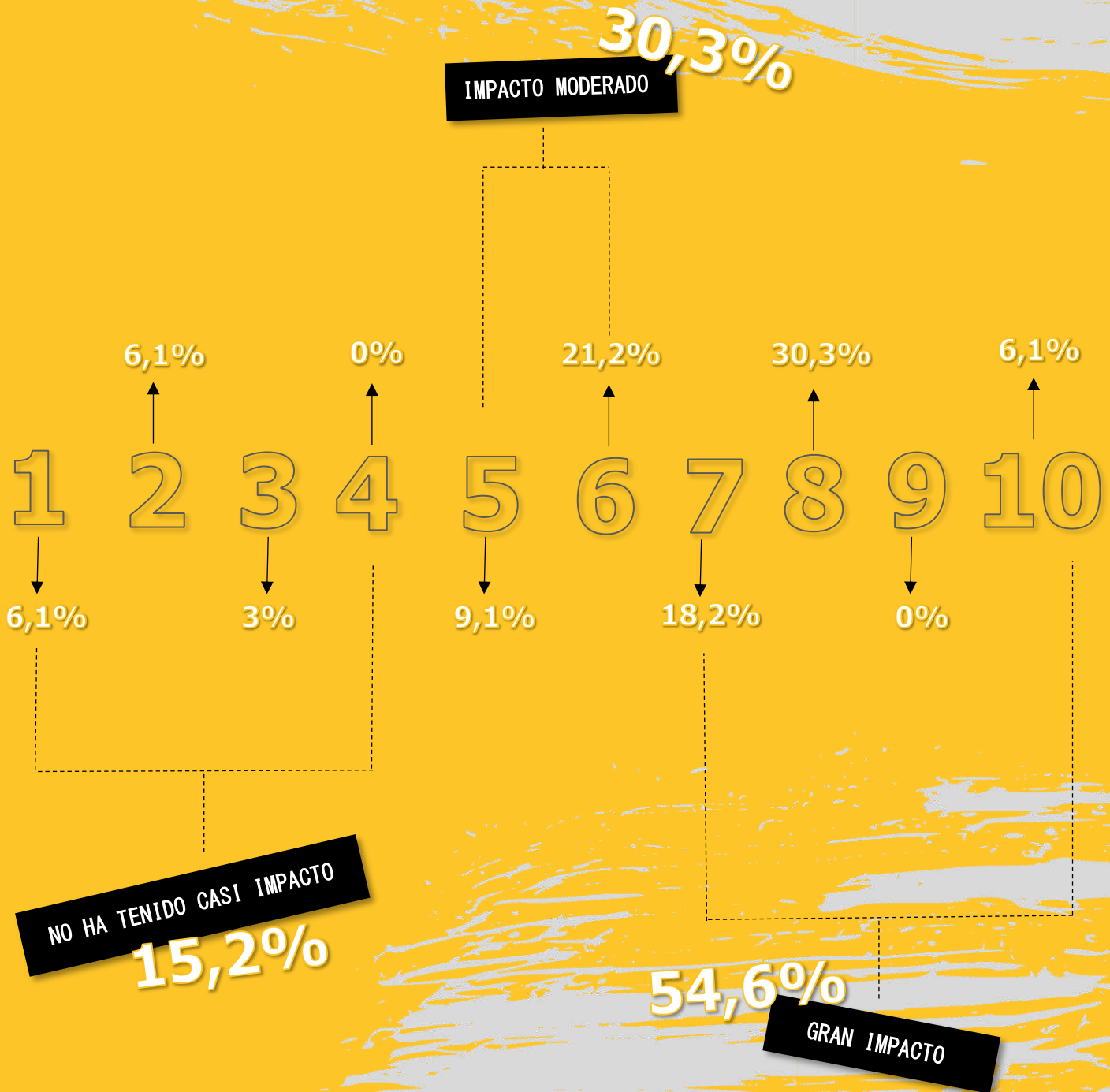
El impacto del Covid-19 se ha dejado notar de forma desigual en función del sector económico, en una escala del 1 al 10 en donde 1 significa "muy negativo" y 10 significa "muy positivo" se preguntó a los trabajadores que valoraran cómo ha sido el impacto que ha tenido la crisis sanitaria en el conjunto de su empresa o explotación. De media, la puntuación obtenida ha sido de 5,5 correspondiente con un impacto neutro, ni positivo ni negativo, mientras que un 29,4% de los encuestados afirma que el impacto ha sido negativo, otorgando puntuaciones comprendidas entre el 1 y el 4. Por otro lado un 35,3% de los encuestados afirma que el impacto ha sido positivo, puntuándolo en valores entre 6 y 10. Un 5,9% de los encuestados señaló que el impacto había sido muy positivo para su empresa o explotación.

Utilizando esa misma escala, en donde el 1 se corresponde con "impacto nulo" y el 10 con "impacto total" se le pidió a los trabajadores que puntuaran en qué grado la crisis sanitaria había afectado a su desempeño laboral, la media obtenida fue un 6,3 correspondiente con un impacto moderado, sin embargo la media es 7, lo que quiere decir que el 50% de los encuestados respondieron con valores superiores a 7 mientras que el otro 50% de los trabajadores identificaron valores inferiores a 7. Un 54,6% de los trabajadores encuestados afirmó que la crisis sanitaria había tenido gran impacto en su desempeño laboral, identificando valores superiores a 6, solo un 15,2% señaló que la covid-19 no había tenido casi impacto.

En cuanto al impacto en las condiciones laborales, la media se sitúa en 5,26, correspondiente con un impacto moderado, el 44,1% de los trabajadores encuestados dio como puntuación los valores 5 y 6, mientras que un 26,5% señaló que el impacto de la covid-19 en las condiciones laborales no había sido demasiado, y por el lado contrario el 29,4% afirmó que la pandemia había tenido un gran impacto en las condiciones laborales.

¿QUÉ IMPACTO GLOBAL HA TENIDO LA PANDEMIA EN SU DESEMPEÑO LABORAL?

EN UNA ESCALA DEL 1 (IMPACTO NULO) AL 10 (IMPACTO TOTAL)

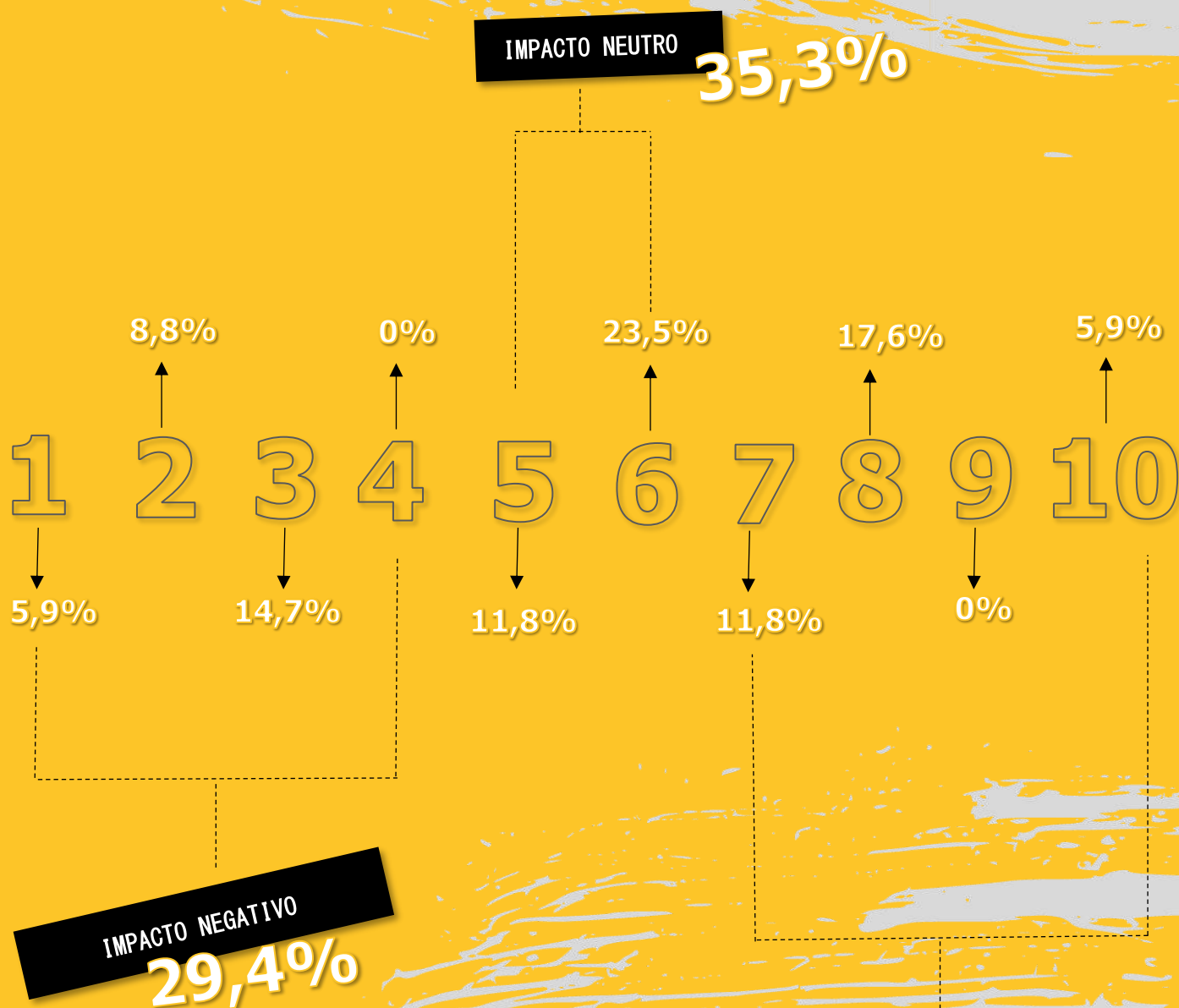


MEDIA 6,3

MEDIANA 7

¿CÓMO HA SIDO EL IMPACTO QUE HA TENIDO LA PANDEMIA EN EL CONJUNTO DE SU EMPRESA?

EN UNA ESCALA DEL 1 (MUY NEGATIVO) AL 10 (MUY POSITIVO)

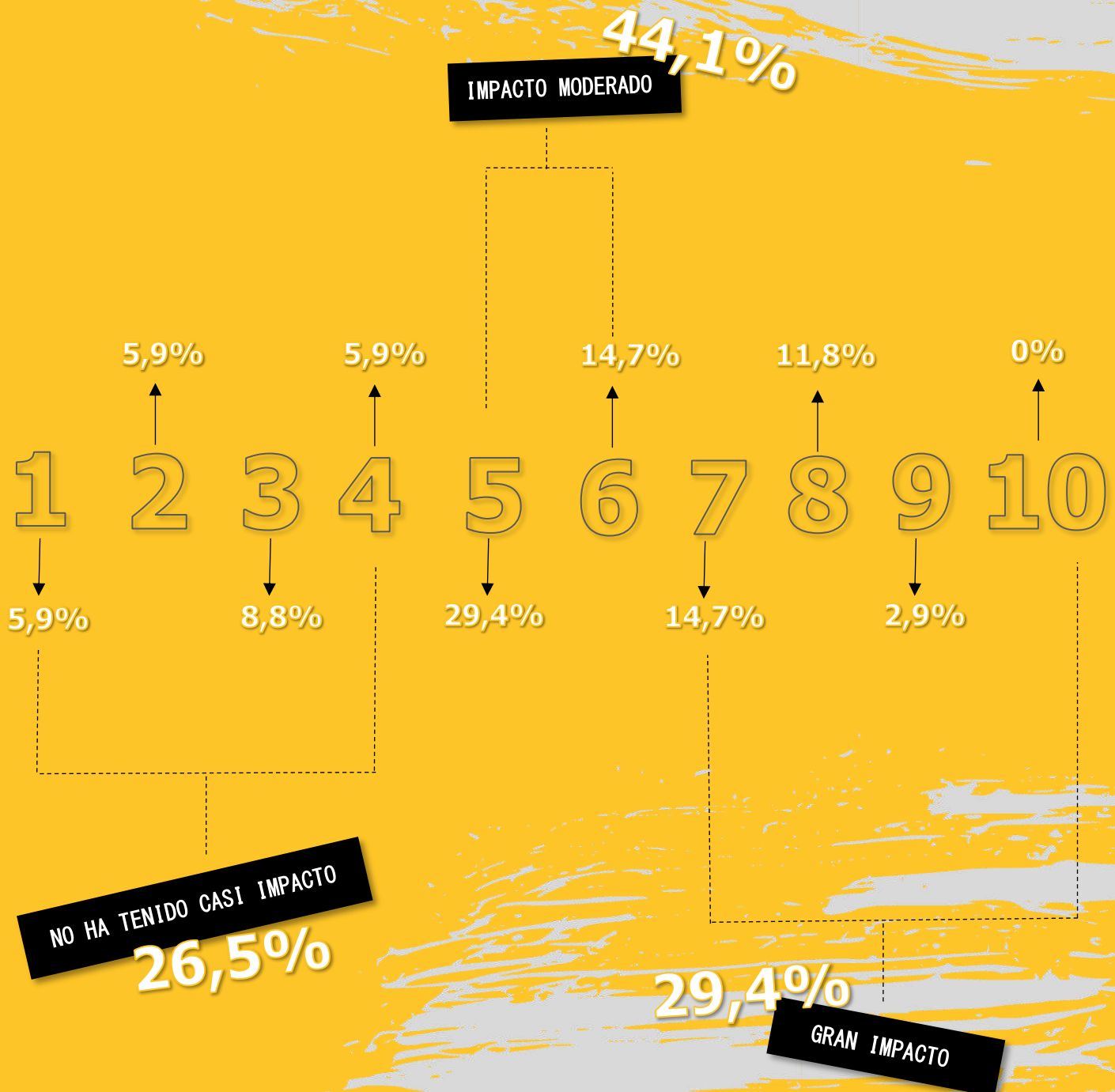


MEDIA 5,50

MEDIANA 6

¿QUÉ IMPACTO GLOBAL HA TENIDO LA PANDEMIA EN SUS CONDICIONES LABORALES?

EN UNA ESCALA DEL 1 (IMPACTO NULO) AL 10 (IMPACTO TOTAL)



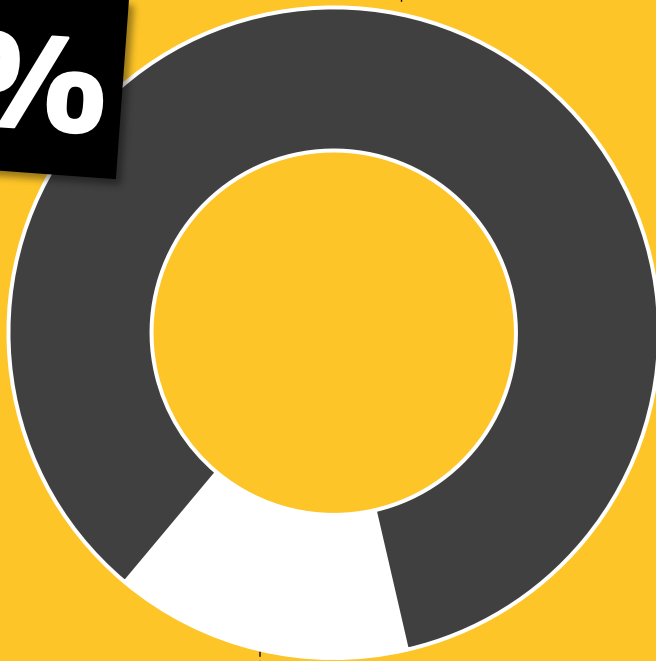
MEDIA 5,26

MEDIANA 5

¿CONSIDERAN LAS EMPRESAS ESTAR PREPARADAS PARA UN POSIBLE REBROTE DE LA PANDEMIA?

SÍ

85,3%



NO

14,7%



8. CONCLUSIONES



8. 1. PRINCIPALES EJES DE ANÁLISIS

SECTOR

¿Qué aspectos del sector lo posicionan?

ESTRATÉGICO

SITUACIÓN ANTES
DE LA CRISIS 2019

CONTRIBUCIÓN DEL
SECTOR

1 VALOR AÑADIDO BRUTO

Crecimiento del sector agroalimentario en un 9,5% respecto al 2015, incrementando su VAB en 5.470 M€

Genera 59.442 M€ lo que supone el 4,8% del PIB

Da soporte a la configuración de otras actividades auxiliares del sector que conjuntamente aportan el 11% del PIB

Distribuido por rama de actividad

	Millones de €	PIB Nacional
VAB AGRARIO	33.017	2.7%
VAB I. ALIMENTARIA	26.425	2.1%

La Industria Agroalimentaria configura a una de las principales ramas de la industria española, registra el 15% de la aportación de la industria al conjunto nacional



SECTOR ESTRATÉGICO

SITUACIÓN ANTES
DE LA CRISIS 2019

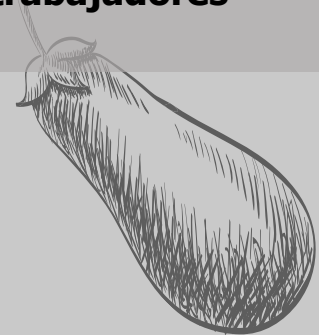
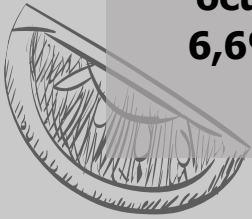
CONTRIBUCIÓN DEL
SECTOR

2 EMPLEO

Aumenta el empleo en los últimos cinco años en un 7,9% de ocupados y tendencia creciente de la afiliación

Proporciona 1.315.200 ocupados y representa el 6,6% del mercado laboral español

Genera empleo a otros sectores aportando conjuntamente 2.700.000 de trabajadores



Distribuido por rama de actividad

	Ocupados	Nivel Nacional
AGRARIO	793.300	4%
I. ALIMENTARIA	521.900	2,6%

El 7,9% de los afiliados españoles en Régimen General trabaja en el sector agroalimentario, lo que implica 1.575.600 personas



SECTOR ESTRATEGICO

SITUACIÓN ANTES
DE LA CRISIS 2019

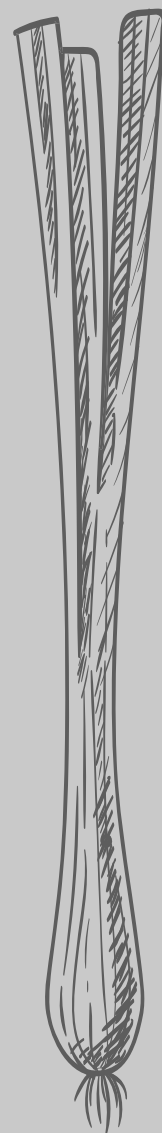
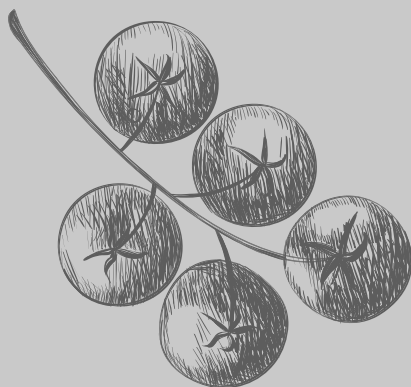
CONTRIBUCIÓN DEL
SECTOR

2 EMPLEO

El tejido agroalimentario representa la actividad económica principal en el medio rural generando empleo y favoreciendo a frenar la despoblación.

Sector relevante en el mercado laboral posicionándose como el quinto que registra mayor número de personas ocupadas en el conjunto nacional.

El segundo sector con mayor número de contratos en 2019. Tendencia positiva en la contratación y fuente de empleo de colectivos prioritarios de inserción.



SECTOR ESTRATEGICO

SITUACIÓN ANTES
DE LA CRISIS

CONTRIBUCIÓN DEL
SECTOR

INNOVACIÓN DATOS 2018



3 INNOVACIÓN

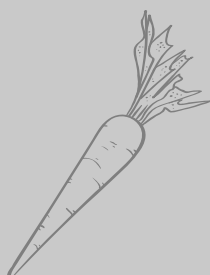
Incremento de la inversión empresarial en I+D mejorando su apuesta por la innovación y la tecnificación del sector

El Gasto empresarial en I+D del sector se eleva a 354.678 M€ representado el 4,2% del gasto destinado en I+D en España

Genera empleo a otros sectores aportando conjuntamente 2.700.000 de trabajadores

Distribuido por rama de actividad

	M€	Nivel Nacional
AGRARIO	94.408	1,1%
I. ALIMENTARIA	260.270	3,1%



Compromiso del sector en I+D, el 86,8% de las empresas que invierten en I+D lo hacen de forma continuada

SECTOR ESTRATEGICO

SITUACIÓN ANTES DE LA CRISIS 2019

3 INNOVACIÓN

Incremento de la iniciativa privada y también pública en innovación tecnológica. Se cuenta con un Grupo Focal de Digitalización y Big data como de una Estrategia Digital específica impulsadas y lideradas desde MAPA.

CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR

El sector dedica 106.202 M€ en costear personal propio específico. El 30% del gasto total que invierte en el área de investigación generando más de 8.700 puestos de trabajo en I+D.

El sector cuenta con entidades punteras a nivel nacional en la transformación digital, que además pueden actuar como efecto tractor con la Pyme. Genera riqueza al posibilitar la configuración de Startups especializadas en tecnologías para toda la cadena de valor alimentaria.



SECTOR ESTRATEGICO

4 COMERCIO EXTERIOR

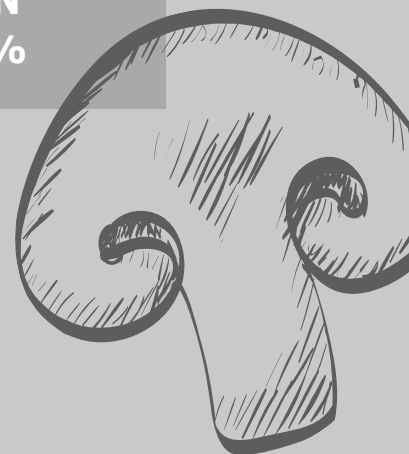
ESPAÑA ES EL CUARTO PAÍS EXPORTADOR DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS DE LA UNIÓN EUROPEA

España tiene una cuota de exportación de productos agroalimentarios en la Unión Europea del 8,8% siendo solamente superada por Países Bajos, Alemania y Francia.

Las exportaciones de estos productos que realiza España dentro de la unión europea tienen un valor de 36.901 millones de euros.

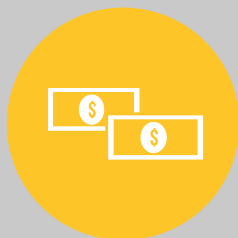
EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS LAS EXPORTACIONES AGROALIMENTARIAS QUE REALIZA ESPAÑA SE HAN INCREMENTADO EN UN 97,5%

En 2018 el peso de las exportaciones agroalimentarias supuso un 17,7% del conjunto de las exportaciones de la economía española.



PAUTAS DE COMPRA DURANTE LA PANDEMIA

¿Han cambiado los españoles su forma de comprar alimentos?



REDUCCIÓN DE LOS ACTOS DE COMPRA EN ALIMENTACIÓN EN UN 15% DESDE EL INICIO DEL CONFINAMIENTO

Se realizaron 18,3 millones menos de compras en la primera semana de confinamiento, motivadas por los intentos de salir de los hogares lo mínimo para exponerse lo menor posible a los contagios.

GASTO MEDIO DE CADA COMPRA EN ALIMENTACIÓN SE INCREMENTÓ UN 18%

Menos visitas al supermercado pero mayor gasto en cada compra. Se realizan grandes compras en alimentación para acumular en los hogares y realizar las mínimas visitas a los establecimientos.



AUGE DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD

Los supermercados e hipermercados regionales han registrado una subida de tres puntos en cuota, hasta el 15,1%. Este tipo de establecimientos presenta una mayor red de tiendas y las restricciones de movilidad unido a los intentos de exponerse al virus lo mínimo ha propiciado que se acuda a los establecimientos más próximos a los hogares a realizar las compras.

LAS MARCAS DE PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN DE LOS PRINCIPALES FABRICANTES CRECEN UN 6%

El crecimiento del comercio de proximidad, en donde las marcas de distribución están menos presentes, ha ocasionado el incremento de consumo de las marcas de los principales fabricantes.



AUMENTAN LAS VENTAS ONLINE DE ALIMENTACIÓN

Las ventas de los supermercados se impulsaron un 16,2% a través del canal online

PAUTAS DE CONSUMO DURANTE LA PANDEMIA

¿Qué alimentos se han consumido durante el confinamiento?

1

SEMANA DEL PÁNICO

En la semana previa al confinamiento se incrementó en un 30% el consumo en alimentación, el miedo al desabastecimiento llevó a las compras masivas de alimentos que dejaron las estanterías de las tiendas de alimentación vacías.

INCREMENTO DEL CONSUMO DE ALIMENTOS DE PRIMERA NECESIDAD

En la semana del "pánico" las compras masivas, que tenían como objetivo la acumulación de alimentos por el miedo al desabastecimiento, llevó consigo el incremento de consumo de determinados productos, sobre todo aquellos alimentos de primera necesidad y no perecederos que pudieran ser almacenados sin estropearse.

INCREMENTO DEL CONSUMO DE PRODUCTOS NO PERECEDEROS

Los productos de consumo básico no perecedero tienen sus picos de consumo máximo en la llamada semana del pánico.

47% LEGUMBRES

31% PASTAS

140% HARINA

158% ARROZ

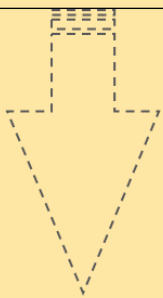


INCREMENTO DEL CONSUMO DE PRODUCTOS PERECEDEROS

Se incrementa su consumo en la semana del pánico, si bien los incrementos de consumo están lejos de los porcentajes alcanzados por los productos no perecederos, no mostrando además los picos de consumo más altos en la llamada "semana del pánico" sino presentando fluctuaciones en el consumo a lo largo de la cuarentena.



PAUTAS DE CONSUMO DURANTE LA PANDEMIA



Δ Consumo productos perecederos



SEMANA DEL PÁNICO

SEMANA DEL 13 AL 19 ABRIL
(PICO DE CONSUMO)

CARNE

22, 8%

45, 2%

PESCA

21, 2%

35, 4%

HORTALIZAS
Y PATATAS

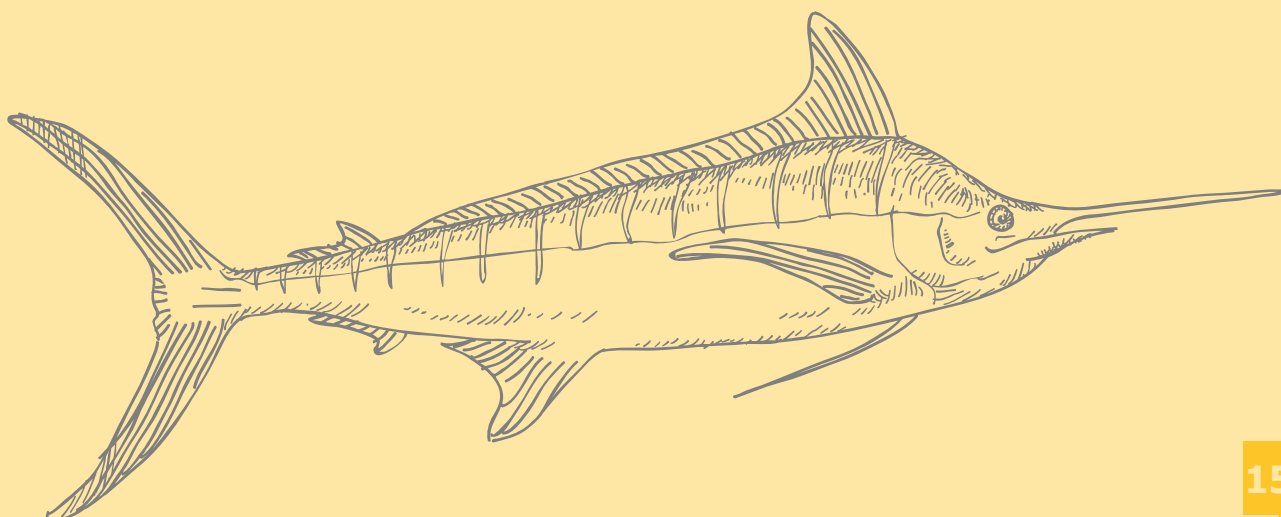
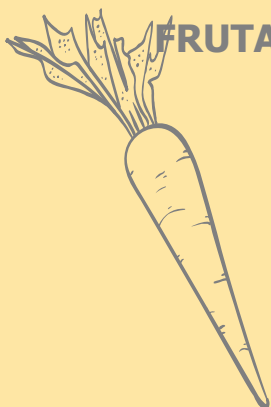
18%

74, 9%

FRUTA

-1, 6%

66, 1%



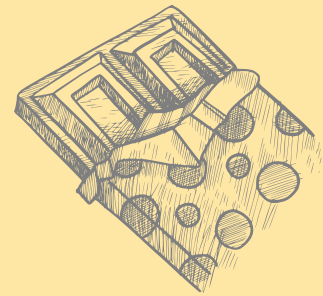
PAUTAS DE CONSUMO DURANTE LA PANDEMIA



2

ESTABILIZACIÓN DEL CONSUMO DE PRIMERA NECESIDAD

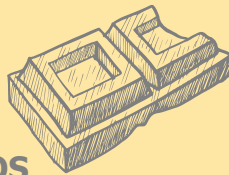
Tras la semana del pánico y las primeras semanas de confinamiento el consumo de productos de alimentación básica empieza a estabilizarse. Sin embargo empieza a incrementarse el consumo de productos de picoteo y de placer, motivados por la búsqueda del ocio en los hogares por el confinamiento y el cierre de bares y restaurantes.



INCREMENTO DEL CONSUMO CON RESPECTO A LAS MISMAS FECHAS DEL AÑO ANTERIOR DE PRODUCTOS DE PICOTEO Y PLACER A MITAD DE CONFINAMIENTO

84,4%

SNACKS Y FRUTOS SECOS



70,3%

CHOCOLATES Y CACAOS

77,7%

TABLETAS DE CHOCOLATE

24,3%

ENCURTIDOS

34,7%

ACEITUNAS

FUERTE INCREMENTO DEL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MITAD DE CONFINAMIENTO

112,5%

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

86,5%

CERVEZA

73,4%

VINO



156

IMPACTO DEL COVID-19

¿Cuál ha sido el efecto de la crisis sanitaria en el sector?

VALOR AÑADIDO BRUTO



1

Incremento interanual de la producción del sector primario durante el segundo trimestre de 2020 en 1.280 M€ y de su peso en un 1,2% en el PIB nacional.

2

Único sector principal español que crece en 2020.

3

Sector agroalimentario neutraliza una caída mayor del PIB nacional.

4

Previsión de fuerte contracción del consumo privado en -9,2 puntos para el 2020 afectando a la partida de alimentación y moderada recuperación para el 2021.

EMPLEO

Estado de Alarma entre marzo y junio 2020

Variación interanual en relación a marzo y junio 2019

SECTOR AGROALIMENTARIO

↓ en 16.228 afiliados va fluctuando

↓ en 3.454 contratos

↑ en 35.278 parados

↓ en 34.617 afiliados

↓ en 206.879 contratos

↑ en 31.178 parados

ACTIVIDAD AGRARIA

↓ en 18.374 afiliados

↓ en 6.960 contratos

↑ en 30.067 parados

↓ en 25.737 afiliados

↓ en 137.997 contratos

↑ en 20.349 parados



IMPACTO DEL COVID-19

ACTIVIDAD INDUSTRIA ALIMENTARIA



en 2.146 afiliados fluctúa durante el confinamiento



en 10.414 contratos



en 5.211 parados



en 8.879 afiliados



en 68.882 contratos



en 10.829 parados

1

Disrupción de la consolidación de la afiliación del sector

2

Impacto moderado en el empleo agroalimentario en comparación a otros sectores y por debajo de la media nacional

3

Ante el desplome general del empleo en otros sectores, incrementa su representatividad en el conjunto nacional respecto a 2019

0,2% DE AFILIADOS

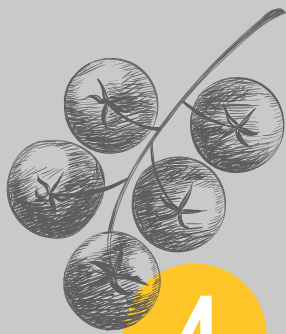
10% CONTRATACIÓN

12% COLOCACIONES

DISMINUYE EN 0,1% LA CIFRA DE PARADOS

4

Aumenta su peso en el mercado laboral y asume la cuarta parte de las contrataciones realizadas durante el confinamiento



IMPACTO DEL COVID-19

EXPORTACIONES



1

En 2019 hay una tendencia al alza de las exportaciones del sector agroalimentario.

2

En 2020 el inicio de la pandemia se deja sentir en volumen de las exportaciones, que comienzan a experimentar una tendencia negativa en marzo, tras presentar una tendencia positiva con valores superiores a los del año anterior.

3

En mayo el valor de las exportaciones del sector agroalimentario es inferiores a los valores dados para el mismo periodo del año anterior.



INNOVACIÓN



1

ACELERACIÓN DEL USO DE TECNOLOGÍAS ORIENTADAS AL CONSUMO Y A TODA LA CADENA DE VALOR

Aprovechamiento de nuevas formas de consumo y necesidad de tecnificar la comunicación con el consumidor y proveedores

2

RIESGO DE:

Recortes empresariales en la inversión en I+D

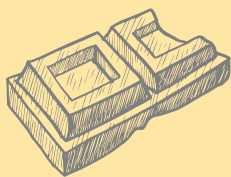
Paralización de proyectos en marcha

Reducción de personal especializado

Impacto en startups específicas en tecnologías en la cadena alimentaria

ADAPTACIÓN DEL SECTOR DURANTE LA PANDEMIA

¿Cómo han reaccionado las empresas durante el Covid-19?



ACTIVIDAD EMPRESARIAL

A

La pandemia no ha impactado tan duramente en el sector agroalimentario como en otros sectores al tratarse de un sector de primera necesidad. Sin embargo, se ha visto afectado teniendo que adaptar su producción debido al cierre del canal HORECA como por el incremento de la demanda del mercado, por lo que algunas empresas han tenido dificultades para mantener su actividad.

PRINCIPALES DIFICULTADES DETECTADAS PARA MANTENER LA ACTIVIDAD

Por orden de dificultad detectada...

1

CAÍDA DE LA ACTIVIDAD



2

DESCENSO O CIERRE DE VENTAS POR EL DEL CANAL HORECA

3

DIFICULTAD PARA APLICAR LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD

4

PROBLEMAS DE SUMINISTRO POR PARTE DE PROVEEDORES

5

FALTA DE PERSONAL POR PROBLEMAS DE SEGURIDAD

6

AUSENCIA DE PERSONAL POR LAS BAJAS LABORALES

7

FALTA DE EPI'S O MATERIAL DE SEGURIDAD

ADAPTACIÓN ^{DEL} SECTOR DURANTE LA PANDEMIA

ÁMBITO LABORAL: PLANTILLA



B

Un porcentaje notable de las entidades encuestadas reconoce haber mantenido sin recortes su plantilla y su intención es conservarla al menos a corto plazo. No obstante, otras han tenido que realizar ajustes, aunque no ha afectado al empleo de forma tan severa como a otros sectores, también ha sufrido el incremento del desempleo.

ESTADO DE LA PLANTILLA DE LAS EMPRESAS DURANTE LA PANDEMIA

Por orden de situación detectado...

1

SE HAN MANTENIDO EN NÚMERO

2

SE HA REFORZADO CONTRATANDO MÁS PERSONAL

3

SE HA REDUCIDO MEDIANTE LA NO RENOVACIÓN DE TEMPORALES Y/O DESPIDOS

4

SE HA REDUCIDO MEDIANTE UN ERTE



ADAPTACIÓN ^{DEL} SECTOR DURANTE LA PANDEMIA

ÁMBITO LABORAL: BAJAS LABORALES

C

Otro aspecto relevante que ha supuesto un desafío para las empresas, ante la complejidad para sustituirlas, son las bajas laborales registradas durante la pandemia siendo éstas significativas por las medidas de seguridad implantadas para controlar el Covid-19 al ser obligatorio el aislamiento ante un positivo. A estas bajas por el coronavirus, se han sumado otras anteriores a la crisis como aquellas que se han podido dar durante el confinamiento.

SITUACIÓN Y MEDIDAS UTILIZADAS PARA CUBRIR LAS BAJAS LABORALES

Por orden de dificultad detectado...

1

SE HAN CUBIERTO LAS BAJAS LABORALES

2

CONTRATANDO PERSONAL

3

**MEDIANTE HORAS EXTRAS SEGÚN
NORMATIVA LABORAL**

4

**AMPLIANDO LA JORNADA PARCIAL DE
TRABAJADORES DE LA EMPRESA**

5

OTROS



ADAPTACIÓN ^{DEL} SECTOR DURANTE LA PANDEMIA



ÁMBITO LABORAL: JORNADA LABORAL

D

Para poder mantener la actividad al mismo nivel o incluso incrementarla para satisfacer la demanda de los consumidores, en algunas empresas ha tenido efecto en términos de empleo, no solamente en lo referente a nuevas contrataciones sino también en las jornadas laborales de los trabajadores del sector.

SITUACIONES LABORALES EN CUANTO A LA JORNADA LABORAL DE LOS TRABAJADORES

Por orden de situación detectado...

1

NO HA SUFRIDO NINGÚN CAMBIO

2

LA HA AMPLIADO REALIZANDO HORAS EXTRAS RETRIBUÍDAS

3

HA TOMADO VACACIONES Y LA VUELTA SE HA INCORPORADO SIN CAMBIOS EN SU JORNADA

4

HA AMPLIADO TURNO

5

LA HA AMPLIADO TENIENDO ANTES JORNADA PARCIAL

6

HA ESTADO DE BAJA Y A LA VUELTA HA RETOMADO SU ACTIVIDAD SIN CAMBIOS EN SU JORNADA

7

LA HA AMPLIADO REALIZANDO HORAS EXTRAS SIN RETRIBUCIÓN



ADAPTACIÓN ^{DEL} SECTOR DURANTE LA PANDEMIA

ÁMBITO LABORAL: CONTRATACIÓN



E

Las empresas se han visto en la tesitura de contratar personal principalmente para cubrir las bajas laborales, más que por motivos de cambios en la actividad o en la producción.

Durante la pandemia se ha dejado visible la carencia de mano de obra disponible por diferentes motivos prevaleciendo la falta de interés en trabajar en el sector, especialmente en la rama agraria.

PRINCIPALES DIFICULTADES PARA ENCONTRAR PERSONAL

Por orden de dificultad detectado...

1

CARENCIA DE CANDIDATOS INTERESADOS

2

FALTA DE PROFESIONALES CON LA EXPERIENCIA REQUERIDA

3

CANDIDATOS QUE NO LES INTERESA LAS CONDICIONES LABORALES

4

PROBLEMAS DE DESPLAZAMIENTO DE LAS PERSONAS A CONTRATAR

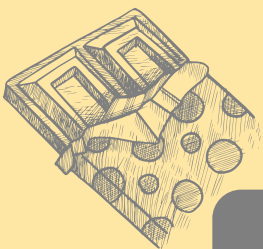


ADAPTACIÓN ^{DEL} SECTOR DURANTE LA PANDEMIA

ÁMBITO LABORAL: MEDIDAS DE SEGURIDAD

F

La aparición del virus ha exigido que los servicios esenciales extremen la prevención y tomen las medidas de seguridad recomendadas para garantizar la salud de los trabajadores. Dada la inmediatez de la emergencia este aspecto ha supuesto un reto para el sector.



MEDIDAS DE SALUD LABORAL Y SEGURIDAD APLICADAS POR LAS EMPRESAS

Por orden de medida detectado...

1

DOTAR DE EPI'S O SISTEMAS DE PROTECCIÓN

2

ESTABLECER DISTANCIAS DE SEGURIDAD MÍNIMA DE 2 METROS

3

DESINFECCIÓN CONTINUA DE LAS HERRAMIENTAS Y MAQUINARIA DE TRABAJO

4

CONTROLES DE SALUD Y REALIZACIÓN DE TEST

5

AISLAR POSITIVOS Y SU ENTORNO

6

INCREMENTO DE LA LIMPIEZA DEL PUESTO DE TRABAJO

7

REDUCCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES POR TURNO

8

TELETRABAJO



ADAPTACIÓN ^{DEL} SECTOR DURANTE LA PANDEMIA



LOGÍSTICA: SUMINISTROS



Para poder mantener la actividad y garantizar el suministro, la comunicación como la negociación con los proveedores han sido fundamentales para poder garantizar el abastecimiento sin dificultades en las tiendas y supermercados. Algunas empresas del sector han tenido problemas de abastecimiento de productos o servicios por diferentes motivos.

PROBLEMAS DE SUMINISTRO O DE LOGÍSTICA Y SOLUCIONES ADOPTADAS

Por orden de problemas y soluciones detectadas...

PROBLEMAS DE SUMINISTRO O DE LOGÍSTICA

- 1 **PROBLEMAS DE SUMINISTRO POR PARTE DE PROVEEDORES**
- 2 **RETRASO EN LAS ENTREGAS DE SUMINISTRO O DE MATERIAS PRIMAS**
- 3 **RETRASO EN LA ENTREGA DE SUS PRODUCTOS**
- 4 **SUBIDA DE PRECIOS DE PROVEEDORES**
- 5 **OTROS**

SOLUCIONES ADOPTADAS

- 1 **ACEPTANDO LA SUBIDA DE PRECIOS**
- 2 **CAMBIO DE PROVEEDOR**
- 3 **CAMBIO DEL SISTEMA O EMPRESA DETRANSPORTE**
- 4 **OTROS**





8. 2 RECONOCIMIENTO Y RECUPERACIÓN DEL SECTOR

8. 2. RECONOCIMIENTO Y RECUPERACIÓN DEL SECTOR

Durante el desarrollo de la pandemia el sector agroalimentario, segmento vital para la economía española, ha puesto también en valor su carácter estratégico en lo social, siendo reconocido a lo largo de estos meses.

Así lo pone de manifiesto el informe Resetting Normal: redefiniendo la nueva era del trabajo realizado por el Grupo Adecco en el que analiza, en ocho países diferentes incluido España, el mercado laboral de forma previa, durante y post Covid-19. Sin ser el más valorado, el sector primario se ubica entre los más reconocidos por el 64% de los españoles.

Además, también se ha visto reflejado en algunos titulares de prensa como en diferentes medios de comunicación incluido en las redes sociales. Es en este medio a través de Twitter, Facebook, Instagram, Youtube y LinkedIn, donde se ha dado la máxima repercusión mediante la campaña "Alimentáis nuestras vidas" erigida por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) y secundada por diferentes personalidades de la cultura y de los medios. Dicha campaña pone el foco en agradecer en a todo el sector agroalimentario en su conjunto su esfuerzo y desempeño durante toda la crisis sanitaria.



El tejido agroalimentario es reconocido por su papel vital durante la pandemia, no sólo por el propio sector sino por diferentes personalidades como por el conjunto de la sociedad española



elEconomista.es

Agro

El valor de la agricultura en la era Covid-19

[Silvia Cifre](#) / 19 jun 2020 / 13:21 H.

europapress / [cantabria](#)

Los Reyes reconocen en su visita a Cantabria el papel del sector primario

AGRONEGOCIOS

El sector agrario, uno de los más valorados en la pandemia



LA RAZÓN

“Si no fuera por la fortaleza del sector agroalimentario español, la crisis también hubiera sido alimentaria”

Eliseo Isla, presidente de Provacuno, la Organización Interprofesional de la Carne de Vacuno

SEZ PROGRAMAS Y PODCAST EMISORAS

Luis Planas: "El sector agroalimentario ha sido clave en la pandemia y lo será también en la recuperación"

Durante el análisis desarrollado de la información recopilada a partir del seguimiento de medios de comunicación referente a las noticias publicadas en cuanto al sector agroalimentario durante la pandemia, se ha observado una diferencia notable entre el tratamiento que hacen los medios de comunicación generalistas y los especializados del sector. Los primeros, se pronuncian sobre temas desde la perspectiva del consumidor sin profundizar en otros aspectos que conciernen más directamente al sector. Desde la Asociación Española de Periodistas Agrarios (APAE), en un encuentro organizado por la fundación INTEC sobre los retos y posibilidades que ofrece la información agroalimentaria para el periodo posterior a la covid-19, se remarca también esta observación incidiendo además en la poca presencia del sector en este tipo de prensa no especializada.

Por lo que, se valora la necesidad de aprovechar este reconocimiento social del sector y hacer un acercamiento del mismo a los ciudadanos poniendo más en valor su realidad y su papel en el conjunto de la sociedad. Se visualiza interesante fomentar una comunicación más directa con los ciudadanos, ya sea desde el tejido empresarial agroalimentario como por Organizaciones, Federaciones o Fundaciones vinculados a éste.

En relación a la recuperación económica, desde el Gobierno de España, tras las primeras

EL PAÍS

Sánchez anuncia un plan de choque para garantizar la recuperación económica total en 2023

planificaciones, estima la recuperación total de la economía nacional para el 2023. Así, se iniciará en 2021 y será más intensa en entre ese año y el 2022. Tal y cómo se ha ido explicando a lo largo del estudio,



ésta se prevé paulatina y con un crecimiento desigual de los sectores, en parte en función de cómo vaya avanzando la pandemia. No obstante, cabe incidir en los diferentes pronósticos de

recuperación que se han localizado incluyendo al sector agroalimentario. Aunque el grado de incertidumbre es notable y éstos pueden variar es preciso conocer las diferentes previsiones y escenarios posibles.

En esta línea, la consultora Randstad ha elaborado el "Análisis sectorial: Impacto del COVID-19 y horizonte de recuperación" (www.research.randstad.es/) en el que indaga sobre las previsiones de recuperación económica por sector desde la perspectiva de las empresas. Atendiendo al sector agroalimentario, valora que en su totalidad las empresas alcancen la totalidad del volumen de negocio que presentaban antes de la pandemia para el 2022. En el informe presenta los sectores en función de la actividad económica por cnae, así establece una estimación específica para el sector primario (cnae 01, 02 y 03), la industria agroalimentaria (cnae 10) y para el de fabricación de bebidas (cnae 11). El ritmo de recuperación es diferente para cada uno de ellos siendo más lento y progresivo para el tejido empresarial de bebidas. De este modo, aunque el ente empresarial del sector primario prevé, en un inicio, una recuperación más rápida, finalmente el 88% considera que habrán reestablecido totalmente su volumen de negocio en el segundo trimestre del 2021, al igual que la industria alimentaria. Por el contrario, para este mismo periodo (T2 de 2021) el 68% de los fabricantes de bebidas encuestados valoran alcanzar la misma actividad que antes de la crisis.

Otra previsión es la desarrollada por Deloitte "El Camino de la Recuperación de la Industria de Consumo" (www.perspectivas.deloitte.com), siendo una estimación preliminar bajo dos posibles escenarios (contención gradual o prolongada y rebrote), su previsión se asienta sobre la posibilidad del escenario de contención gradual, es decir contemplando la duración de la pandemia en 4 o 5 meses estableciéndose en ese tiempo las restricciones de movilidad. A pesar de que nos dirigimos hacia el otro escenario, en el que habrá un rebrote en otoño y no dispondremos de tratamiento ni vacunas, el análisis resulta de interés dado que evalúa la recuperación en función del gasto en la Renta Disponible Bruta (RDB) de los consumidores. De este modo, analiza el sector de alimentación en el hogar frente a otras partidas de consumo.

A este respecto, la alimentación en los hogares registrará un significativo aumento del 10% para el 2020 con respecto al año anterior, que presenta su pico más alto durante el confinamiento por la captación de una parte del consumo del canal HORECA por el cierre y desaceleración del sector de hostelería y restauración, realizándose este de consumo de ocio alternativo en los hogares. El resto del año se prevé un crecimiento menor con un impacto a la baja en las Navidades.

Atendiendo a esta previsión, se puede argumentar que este aumento de la partida de alimentación en la renta de los consumidores durante el estado de alarma, se ha podido ver reflejado en la producción del sector primario (no estando disponible los datos de 2020 para la industria alimentaria, solo para sectores principales. Fuente INE) viendo incrementada su aportación en cifras totales al PIB durante los meses de marzo a junio, en 1.280 millones de euros (1,2%) con respecto al 2019. A pesar de ello, el sector agrario como la industria alimentaria debido al cierre del canal HORECA y de la caída del turismo ha sufrido un impacto que, aunque menos severo y rápido que en otros sectores, también implica el descenso de la actividad del tejido empresarial agroalimentario que se refleja en el incremento del paro, la

La recuperación del sector agroalimentario será progresiva y clave para restablecimiento de la economía nacional

pérdida de empresas o la bajada de las exportaciones. Además se espera una fuerte caída del consumo privado durante el 2021, afectando a la partida de alimentación en el hogar por la contracción de la renta familiar de muchas familias españolas ante el notable incremento del desempleo.

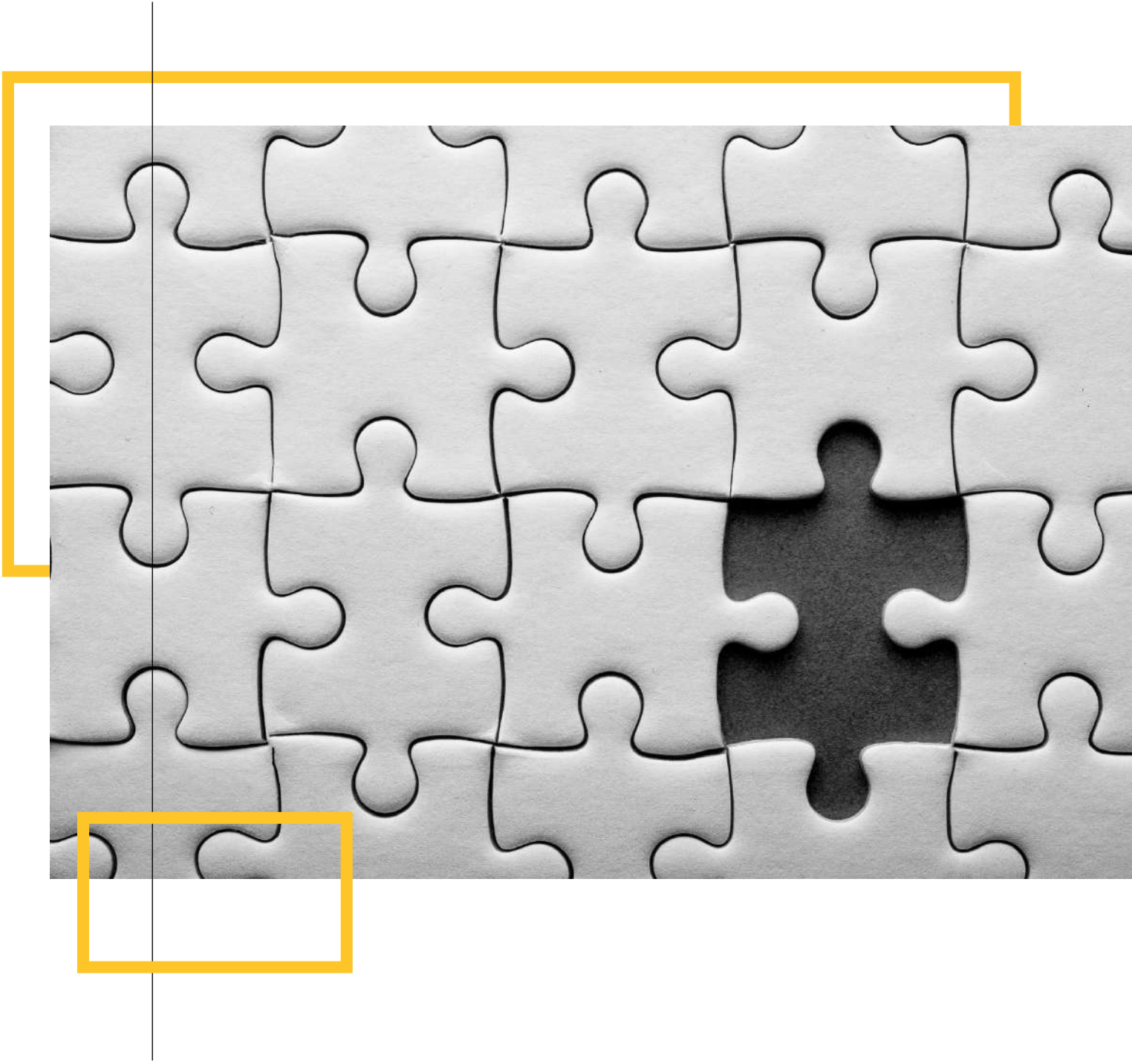
La recuperación del sector agroalimentario se producirá a partir del 2021 hasta bien entrado el 2022 y, su ritmo de crecimiento será progresivo y menos acelerado que en otros sectores, al presentar una caída menor y no tan abrupta durante la pandemia.

El papel del sector agroalimentario en el restablecimiento de la economía española es vital. En primer lugar, tal y como ha quedado claro durante la pandemia, por su capacidad de reacción y adaptación con un alto nivel de producción y suministro de alimentos mayor que en otros países, estando la sociedad española abastecida durante todo el confinamiento. Esto nos lleva a su valor social y más teniendo en cuenta la posibilidad de un segundo rebrote en otoño. Así durante la pandemia ha mantenido su actividad siendo el único sector principal que ha incrementado su producción paliando una caída mayor del PIB como del empleo, ejerciendo un papel de estabilidad en el conjunto de la recuperación. El nivel que ha de alcanzar de restauración no va a ser tan fuerte como en otros sectores y al ser la alimentación un servicio de primera necesidad no va a sufrir tanto el decrecimiento del consumo privado.

Además pensando en la posibilidad cada vez más certera de un segundo rebrote para este otoño, se pone más en valor su aporte estratégico en el conjunto nacional durante la pandemia como antes de la misma contribuyendo notablemente en la estructura productiva, como en el valor añadido, en el empleo o en el comercio exterior del país. En este último aspecto, desde diferentes asociaciones como entidades empresariales remarcan su contribución analizando la

exportación agroalimentaria como propulsora de la economía española tras la crisis del coronavirus.

No obstante, para poder llevar a cabo esta función motora en la recuperación y ser primordial para el crecimiento del país, es necesario afrontar los retos que ya presentaba el sector agroalimentario antes de la pandemia como los que han surgido a partir de ella.



8. 3. CONCLUSIONES Y RETOS

8.3. CONCLUSIONES Y RETOS

El impacto de la emergencia sanitaria si bien no ha sido tan agudo en el tejido agroalimentario como en otros sectores, sí ha constituido un desafío que ha puesto de manifiesto la importancia del sector y su carácter estratégico en el conjunto de la sociedad.

Asimismo, como servicio esencial ha tenido que adaptarse a la inmediatez de la situación dirigida, tanto por la caída de la demanda de productos concentrados en el canal HORECA (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías) como por el incremento de la misma según las necesidades del mercado durante la pandemia, variando ésta a lo largo del confinamiento. A estas circunstancias, también cabe añadir las dificultades encontradas a la hora de: contratar personal, sustituir las bajas laborales, aplicar las medidas de seguridad e higiene y de suministrar o adquirir productos como materias primas.

El sector agroalimentario ha reaccionado con rapidez, garantizando el abastecimiento de alimentos en la población española con un nivel de suministro mayor que en otros países. No obstante, es vital incidir en que el ajuste o adaptación a situaciones de emergencias no ha de conllevar un detrimento de la calidad del empleo. Por ello, desde UGT FICA poniendo en valor y reconocimiento el esfuerzo y la labor del sector, no sólo en estos momentos de emergencia sino en el global de la sociedad, se considera preciso poner el acento en el comportamiento del sector en el ámbito laboral e identificar mejoras primordiales.

En este contexto, el trabajo empírico realizado deja patente algunos aspectos a reforzar en las medidas de seguridad implementadas. La dificultad para sustituir personal por problemas de seguridad como para aplicar los protocolos y medidas y la falta de material de protección durante la pandemia, son situaciones que han dificultado el desarrollo de la actividad empresarial. En la encuesta a trabajadores, también ha quedado reflejado que no todos han dispuesto de EPI's o sistemas de protección. A pesar de existir desde el principio indicaciones al respecto, bien es cierto que la urgencia de la pandemia como la inmediatez y el avance del Covid-19 ha generado que la información se vaya desarrollando paulatinamente, pudiendo localizar en estos momentos guías y protocolos habilitados desde instituciones públicas, agentes sociales o desde la Mutuas de Riesgos Laborales. Se recomienda a las empresas para evitar cualquier dificultad y garantizar la seguridad de los trabajadores, a través de su modalidad organizativa en prevención (empresario, trabajadores designados, servicio de prevención ajeno, servicio de prevención propio o mancomunado) realizar una reevaluación de los puestos de trabajo. Con ello se pretende valorar el riesgo de exposición y establecer aquellas medidas preventivas, necesarias

para prevenir los contagios entre los trabajadores y elaborar un plan de actuación específico ante la continuidad de la pandemia y la posibilidad de un rebrote en otoño, siguiendo las instrucciones y procedimientos que establece el Ministerio de Sanidad.

Además, la mano de obra en situación de irregularidad que se da en el sector agrario también dificulta la exigencia de material de protección y medidas de seguridad por parte de los trabajadores, los cuales reciben retribuciones salariales por debajo de los mínimos establecidos. Las inspecciones de trabajo, sobre todo en el sector agrario, se convierten en un aspecto clave para la mejora de las condiciones laborales, sirviendo para actualizar el sector y dotarlo de mayor atractivo para la empleabilidad en el mismo.

Por otro lado y volviendo a la encuesta, ésta también evidencia como algunos ajustes realizados han tenido efecto en las jornadas laborales de los trabajadores del sector, incrementándose los turnos, las horas extras y en algún caso no siendo retribuidas o teniendo que tomar las vacaciones por la falta de actividad. El empleo agroalimentario ya presentaba antes de la pandemia retos importantes. Así, desde el 2013 registra una trayectoria de recuperación laboral tras la crisis económica, mostrando su evolución un aumento importante de la temporalización en detrimento de la contratación indefinida e incrementando la rotación o número de contratos al año por trabajador.

El sector se disgrega manifestando diferencias a la hora de analizar su tendencia por rama de actividad. En el momento de la aparición de la pandemia la industria alimentaria se sitúa en pleno crecimiento y estabilización de la afiliación por el buen funcionamiento del sector durante el último lustro. Mientras que el sector primario, sufre una desaceleración del empleo en los últimos dos años intensificándose durante la pandemia y elevando su temporalidad. Así se incrementan las contrataciones de trabajadores en épocas concretas del año y con carácter temporal, no proporcionando estabilidad en el empleo, aunque se da con mayor proporción en la agricultura no es una cuestión específica de este segmento.

Con la aparición de la pandemia se ha visto principalmente perjudicada la rama productiva dedicada a la hostelería, debido al cierre del canal HORECA, afectando también a las exportaciones y directamente ambas al empleo del sector. Así, en los seis primeros meses de 2020 siendo uno de los ámbitos productivos con menor repercusión negativa, advierte un incremento del 18,1% del número de parados un descenso en la afiliación del 2%, lo que coloca la pérdida en 48.281 empleos y 31.010 afiliados. En este sentido también ha supuesto la disrupción de la consolidación de la afiliación principalmente de la industria alimentaria.

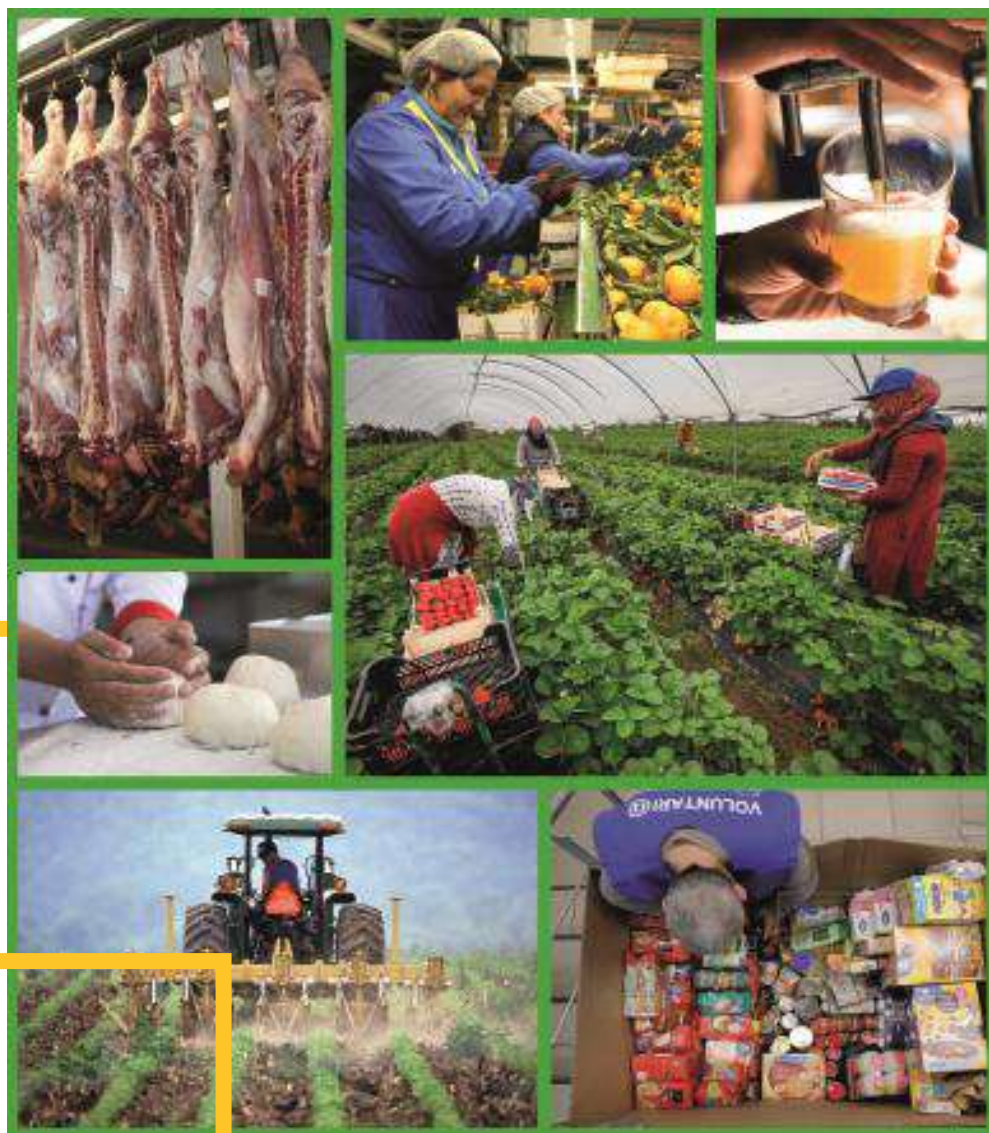
Otro factor importante es la sostenibilidad el cual está integrado en la innovación del sector. En aras de la mejora de la competitividad del tejido agroalimentario en el conjunto nacional e internacional, el sector lleva más de una década invirtiendo en el avance tecnológico como en la ciencia. Sin embargo, no es hasta el año 2016 cuando su tendencia es creciente incrementando el gasto en I+D y elevando su importancia en el conjunto empresarial. Continuar con este esfuerzo inversor en I+D como en digitalización de las empresas, supone una mejora de la productividad que incrementará aún más el potencial del sector agroalimentario en cuanto a su contribución en la economía española y a la creación de empleo. Por ello, como efecto de la crisis sanitaria no se puede reducir ni interrumpir su inversión y esfuerzo en este área sino que se ha de impulsar y aprovechar. Sobre todo las oportunidades que la digitalización y el avance de la ciencia suponen, y que claramente se han puesto en valor durante la pandemia.

Ante el impacto sufrido por la pandemia, desde el sector se pone el acento en afrontar el reto de la investigación y de la digitalización que permitirá mejorar la productividad, pero al mismo tiempo su implementación también presenta retos de adaptación por parte del sector. Para que el tejido empresarial agroalimentaria pueda aprovechar las oportunidades que se le brindan ha de contar con personal cualificado y además tiene que estar preparado y concienciado para el cambio. Cabe destacar la importancia de la innovación en el campo, con el objeto de mejorar el atractivo del sector en los más jóvenes, asegurando el relevo generacional y sirviendo en muchos casos como herramienta para la despoblación del mundo rural.

El papel del sector agroalimentario en el restablecimiento de la economía española es vital. Durante la pandemia ha mantenido su actividad, constituye el único sector principal que ha incrementado su producción por lo que presenta un efecto de amortiguación paliando una caída mayor del PIB como del empleo y actuando como motor de la economía en comercio exterior, en el que España se posiciona como una de las principales potencias exportadoras agroalimentarias en la Comunidad Europea.

Es preciso paliar los efectos de la pandemia, se ha de volver al nivel de actividad y de empleo que presentaba la industria agroalimentaria antes del Covid-19, lo cual se estima que sea en el 2022. No obstante, ha de hacerlo bajo la premisa de ganar estabilidad avanzando en aspectos que mejoren las condiciones del sector. En este escenario, es preciso impulsar la calidad del empleo, mediante la garantía de la seguridad de los trabajadores, reduciendo el nivel de paro como la temporalidad de la contratación y el sesgo de género que presenta el sector en el mercado laboral. Además, también requiere que se resuelvan las divergencias y diferencias salariales (específicamente en el tejido agrario) y garantizar el contar con mano de obra cualificada e interesada en trabajar en él para paliar la carencia de capital humano que registra. Por otro

lado, es necesario afrontar otra serie de retos. En primer lugar, cooperar con el Gobierno para proyectar medidas que den liquidez y solvencia a mayores de las ya establecidas, solventar de forma concisa el problema de los bajos precios en origen del sector agrario o la restauración del canal HORECA.



9. ARTÍCULOS

EL COMPORTAMIENTO DEL SECTOR AGRAOLIMENTARIO ANTE LA CRISIS DEL COVID 19.

ÍNDICE

UGT FICA Emilio Terrón	3
UGT FICA Sebastián Serena	13
ANFACO-CECOPECA Juan M. Vieites Baptista de Sousa	21
ANICE Miguel Huerta	31
ASAJA Pedro Barato Triguero	45
ASEDAS Ignacio García Magarzo	59
Grupo BIMBO Benito Villamarín	69
CAMPOFRIO Eduardo Miguel Orense	75
COAG Miguel Blanco	89
EFFAT	107
FIAB Mauricio García de Quevedo	125
MAHOU SAN MIGUEL Jesús Domingo	135
PROMARCA Ignacio Larracochea	135



Emilio Terrón Ruiz

**Secretario Sector Agrario
y Manipulado
Hortofrutícola**

Técnico en Prevención de Riesgos Laborales, de profesión jornalero, con la categoría profesional de tractorista. En 1982 ingresa en la empresa S.A.T. CAMPEAGRO, donde adquiere la categoría de Tractorista, realizando hasta el año 1996 las labores propias de esta categoría.

Realiza el curso de Técnico en Prevención de Riesgos Laborales, a la misma vez que ejercía el cargo sindical en la delegación local de Villamanrique de la Condesa con el cargo de responsable de administración de la Federación de Trabajadores de la Tierra (FTT).

En 1993 es elegido delegado de personal, ejerciendo dicha función hasta el año 1996, que pasó a ser responsable de Prevención de Riesgos Laborales en la Ejecutiva Provincial de Sevilla, de la Federación de Trabajadores de la Tierra. Tras la fusión con la Federación de Alimentación, Bebidas y Tabacos, es elegido como responsable del Sector Agrario.

En 2016 es elegido como responsable del Sector Agrario y del Manipulado Hortofrutícola en la Federación Estatal de Industria, Construcción y Agro de la Unión General de Trabajadores, UGT FICA, cargo que ocupa en la actualidad.

**Situación del sector Agrario
y Manipulado**

Hortofrutícola ante el COVID-19

La agricultura española sigue considerándose como una actividad económica estratégica y de gran importancia social, territorial y medio ambiental para nuestro país.

La producción agrícola forma parte de la cadena de abastecimiento alimentario, siendo una actividad esencial y crítica que debe garantizarse, especialmente en el estado de crisis sanitaria actual, para ofrecer a la población un servicio básico como es



asegurar el suministro de alimentos primarios. No obstante, hay que compatibilizar la realización de las actividades esenciales con las medidas de prevención que

garanticen la reducción de la transmisión de la infección de COVID-19

A nivel europeo y en términos de valor añadido, España ocupa el segundo puesto entre los países de la Unión Europea.

En el sector agrario y del manipulado trabajan en torno a unos 820 mil trabajadores y trabajadoras, donde el 95% de ellos son trabajadores/as con contratos temporales de campañas, aunque una gran parte de estos trabajadores y trabajadoras lleven trabajando varios años en las mismas explotaciones.

En los últimos meses y debido a la pandemia del COVID-19, hemos vivido acontecimientos trascendentales que vuelven a poner sobre la mesa, ahora con mucha más fuerza, la necesidad de un sector agrícola pujante y sólido, que juegue un papel protagonista en nuestra sociedad.

La irrupción de la pandemia mundial causada por el coronavirus ha dejado tras de sí consecuencias de profundo calado que nos obliga a considerar muy seriamente nuestras formas de vida y nuestra manera de estar en el planeta.

En cuanto a las implicaciones en el ámbito agrario, el sector ha dado la talla y ha sabido sortear las dificultades de una manera decidida, moderna y eficaz, convirtiendo el sector en uno de los pilares básico de nuestro país.

Haber podido disfrutar a pesar de las dificultades, de un abastecimiento regular y garantizando de alimentos variados, saludables y de calidad, ha puesto de manifiesto el valor esencial de la actividad agraria.

Tenemos que tener en cuenta que si la sociedad ya era consciente de la importancia del sector agrario en términos económicos, sociales y ambientales, ahora ha podido apreciar, en primera persona, el significado que tiene para nuestro país la suficiencia alimentaria, por eso creemos firmemente que el sector primario debe y tiene que salir revalorizado, tanto en prestigio social como en medios materiales, y debe actuar como sector clave en el plan de reconstrucción

social y económica en España en el escenario postpandemia.

Aun con ese comportamiento ejemplar, por parte del sector, la crisis causada por la Covid-19 también está generando dificultades o intensificando otras que ya venían de atrás en el ámbito agrícola.

Como ejemplo los problemas estructurales de crecimiento lento de la demanda, de atomización de los operadores y de estacionalidad o de caducidad de las producciones, que junto a otros de carácter coyuntural como fenómenos climáticos adversos, etc.

Los problemas de los aranceles con la administración estadounidense también, justamente antes de la pandemia, empezaron a azotar a este sector injustamente.

Desde UGT FICA hemos estado y vamos a seguir estando, permanentemente, atentos a los impactos de la crisis sanitaria y sus consecuencias para los trabajadores y trabajadoras del sector agrario.

En las fases iniciales y más crítica de la pandemia por parte de la administración se reaccionó con celeridad para resolver los problemas logísticos que podían perjudicar la actividad agraria, adoptando disposiciones necesarias sobre adecuación de las condiciones del transporte por carretera, tanto de personas como para mercancías en general.

Nos encontramos con problemas para los trabajadores y trabajadoras con las restricciones de movilidad, los cuales también han dificultado los flujos habituales de trabajadores/as de temporada, fuera y dentro de España.

En este sentido, se materializó con la aprobación del Real Decreto Ley 13/2020 aprobándose medidas urgentes en materia de empleo agrario para favorecer la contratación temporal de trabajadores, siendo el objetivo que ninguna cosecha se quedara sin recolectar, incluyendo medidas históricas como la de hacer compatibles la percepción de salarios con las prestaciones por desempleo.

Justamente cuando se detectó la pandemia, nuestro sector comenzaba una de las campañas más importante que tenemos en España, como es la recolección de fresas y frutos rojos, donde trabajan todos los años casi 95 mil trabajadores generando casi 6 millones de jornadas, contratándose en Marruecos en torno a unas 16 mil mujeres que año tras año llegan para la recolección.

Debido a la situación especial de la pandemia solo pudieron llegar a esta recolección unas 6.000 mujeres, y donde al principio parecía que la cosecha peligraba, ya que por la parte empresarial se lanzaban mensajes de dificultad para dicha recolección.

Desde UGT FICA, siempre mantuvimos nuestra idea que la campaña no peligraba en ningún momento, y tenemos que decir que dicha campaña finalizó sin ningún tipo de problemas para su recolección.

Para que esto no ocurriera los trabajadores y trabajadoras pusieron todos sus medios para ello, tenemos que tener en cuenta que dichos trabajadores se desplazan a grandes distancias, organizándose para el traslado en vehículos propios para el transporte y donde viajan 4 y 5 personas, para así amortiguar el gasto que les conlleva dichos desplazamientos, pasando a desplazarse en cada vehículo sólo 2 personas.

La producción agrícola forma parte de la cadena de abastecimiento alimentario, siendo una actividad esencial y crítica

Durante la campaña, trabajaron a destajo, es decir, largas jornadas de trabajo sin descanso semanal, aceptando los riesgos a los que

estaban expuestos, ya que como ocurría en los primeros días había pocas medidas de seguridad en las explotaciones agrarias, aunque prácticamente no tuvimos ningún problema de contaminación por Covid-19, todo este esfuerzo para que primero no faltara el producto a la población y también a la misma vez no sufriera ningún peligro de que la campaña se quedara sin recolectar.

Como decíamos anteriormente se aprobaron medidas históricas para poder compatibilizar el trabajo con las prestaciones por desempleo, aunque para ello los empresarios tenían que cumplir una serie de requisitos, entre otras debían solicitar dichas contrataciones a los Servicios Públicos de Empleo, siendo reacios a utilizar estos medios y una gran parte de estos hombres y mujeres no se beneficiaron de dichas medidas de compatibilidad.

El sector necesita de forma urgente medidas fiables y rigurosas para afrontar la situación sobre esta pandemia

En el sector del manipulado prácticamente ocurrió lo mismo que en el sector agrario, la crisis del Covid-19 nos sorprendió sin tener los medios para afrontar dicha crisis, inmersos en plena campaña, y donde miles de toneladas de producto recogido había que manipular y poner rápidamente en el mercado para que, como dijimos anteriormente, no faltara a la población.

Igualmente hubo que soportar grandes jornadas de trabajo, trabajando incluso más de 12 horas, sin tener prácticamente ningún EPIS, como mascarillas y demás para evitar cualquier tipo de contagio, hasta que poco a

poco se fueron proporcionando dichos EPIS, y modificando los puestos de trabajo para garantizar la distancia marcada por las directrices sanitarias.

Con todo ello, y en plena crisis, el aumento de la producción fue una realidad que el sector haciendo verdaderos esfuerzos aguantando hasta la finalización de las respectivas campañas.

En este sector, como bien sabemos, una gran parte de la mano de obra, es de la mujer, teniendo que hacer verdaderos esfuerzos, ya que como podremos recordar los niños no podían ir al colegio, pero con un gran sentido de la responsabilidad dichos trabajos no se vieron afectados por esta causa.

Tenemos que reconocer que fueron muy aislados los contagios que se dieron en el sector del manipulado, y donde se le dio una respuesta eficaz.

Desgraciadamente en las últimas fechas está siendo el sector agrario el que más está en el punto de mira, ya que hay territorios que van saliendo bastantes infectados.

El sector necesita de forma urgente medidas fiables y rigurosas, por parte del Gobierno y Comunidades autónomas de obligado cumplimiento por parte de las empresas para afrontar la situación sobre esta pandemia, entendemos desde UGT FICA que no podemos seguir presentando por parte de la administración documentos solamente de recomendaciones, y donde no tengan la más mínima obligación de cumplimiento.



Hay que tener en cuenta que el sector agrario, lo entendemos como el sector refugio, es decir, cuando no hay trabajo en otros sectores, prácticamente nos refugiamos en este sector, y es lo que a nuestro entender está ocurriendo, la falta de trabajo en el sector servicios, construcción, etc., conjuntamente con el efecto llamada de los empresarios del sector ante la falta de mano de obra para la recolección ha hecho poner a este sector en el punto de mira de toda Europa, incluso afectando seguramente a otros sectores productivos.

En estos momentos de crisis sanitaria, y ante la falta de trabajo en otros sectores, es lamentable que la patronal solicite trabajadores cuando la realidad es bien distinta, es decir hay suficientes trabajadores/as en dichos territorios para recolectar dichas campañas como se está demostrando en la actualidad.

Esperamos que después de esta experiencia, se pongan los cimientos para poner aún en valor mucho más este sector, que tan negativamente está valorado, con la eficacia que ha demostrado a lo largo de la historia.

Sin lugar a dudas este sector necesita, cambios y modificaciones urgentes, para estos 820 mil trabajadores declarados que no pueden seguir soportando la aplicación de leyes de hace más de 20 años, las cuales quedaron anticuadas, al igual que

necesitamos una patronal a la altura de las circunstancias, una patronal que cumpla con la legislación, que cumpla con la normativa laboral, como es la aplicación del SMI, al igual que la modificación de la ley de altas y bajas en la seguridad social con la declaración de jornadas reales y donde se detecta un punto de fraude importantísimo.

En España se declaran anualmente en torno a 100 millones de jornadas, entendemos que más del 50% aún se quedan sin declarar, con el consiguiente perjuicio que tiene esto para los trabajadores en sus cotizaciones, al igual que le afecta a la recaudación del gobierno.

Ante esta situación tan especial y novedosa para toda la sociedad, este sector necesita una patronal seria, dialogante donde entre todos busquemos soluciones a los problemas y donde realmente de una vez para siempre no sigan ocurriendo lo que ocurre día a día en los centros de trabajo y donde podamos demostrar que es un sector seguro, y donde empecemos a poder garantizar que se cumple con la legislación vigente actual en todos sus aspectos.

Tenemos la obligación de evitar que ocurran hechos como los acaecidos en las últimas fechas, igualmente tenemos que identificar a aquellos empresarios que tanto daño hacen al sector y que tan mala imagen está causando, poniendo en valor nuestro sector.



**Sebastián Serena
Expósito**

**Secretario Sector
Alimentación, Bebidas y
Tabacos**

Nacido en 1959, y afiliado a la UGT desde 1981, es trabajador de la empresa Panrico. En su trayectoria sindical ha sido secretario general de la Comarca de UGT Alto Guadiato y posteriormente secretario de Acción Sindical de la Federación de Alimentación, Bebidas y Tabacos de Córdoba.

Más tarde pasó a desempeñar la secretaria de Acción Sindical de la Unión Provincial de Córdoba, y posteriormente ocupó de secretario de Alimentación, Bebidas y Tabacos (FAYT) y secretario de Alimentación de FTA-UGT y tras la fusión, de FITAG-UGT. En 2016 es elegido Secretario del Sector de Alimentación, Bebidas y Tabacos de UGT FICA. cargo que ocupa en la actualidad.

Comportamiento del Sector Agroalimentario durante la Pandemia como consecuencia de la COVID - 19

Si bien en este artículo de opinión se trata de dar nuestra visión del comportamiento del sector agroalimentario en esta crítica crisis sanitaria como consecuencia de la Pandemia por la COVID 19, me gustaría poder cambiar el título y titularlo “Comportamiento de las trabajadoras y trabajadores durante la Pandemia como consecuencia de la COVID 19”.

El impulso de cambio de titular viene dado porque después de unos meses desde el estado de alarma, de que las ciudadanas y ciudadanos españoles durante el mismo comprobaran que no le faltarían alimentos y bebidas en sus despensas, el tímido reconocimiento al esfuerzo de la labor de todas las personas trabajadoras de la industria alimentaria, ha caído en mi opinión en el olvido.

En más de una ocasión hemos escuchado aquello de “que España no tiene memoria”, algunos pensábamos que la Pandemia cambiaría las cosas, que nos haría mejor y más conscientes de realidades que durante la misma han dado la cara. En UGT FICA estábamos convencidos de que la sociedad española a partir de esta situación, consideraría el esfuerzo realizado por la cadena alimentaria y dentro de ella, a todas las personas trabajadoras de la industria alimentaria, para garantizar eficazmente la disposición de alimentos y bebidas dentro y fuera del estado de alarma. Sin embargo, los problemas laborales no son los mismos, en estos momentos son peores. Algunas personas han perdido el empleo, otras aún están en ERTEs y no saben si volverán a trabajar o no y las que están trabajando, lo

hacen corriendo riesgos de contagios, renunciado a vacaciones, aumentando sus jornadas, etc., y sin mejoras económicas o sociales. Todo ello, para que nuestras conciudadanas y conciudadanos, sigan accediendo a los alimentos y las bebidas sin ninguna dificultad. La industria alimentaria no fue un servicio esencial durante la Pandemia, siempre ha sido y lo seguirá siendo.

Por todo ello, compañeras y compañeros. Muchas gracias.



Otra oportunidad perdida.

Es más que sabido, pero no se le presta en nuestra opinión la atención necesaria, que la Industria alimentaria es la primera industria de nuestro país, que ocupa a más de 500.000 personas en más de 31.000 empresas y que es la segunda actividad económica exportadora de España, presentando una balanza económica positiva año tras año y, pocos discuten sobre su potencial crecimiento e importancia en la renta de nuestro país y, mucho menos sobre su papel en la fijación de la población rural.

La industria de la alimentación y las bebidas, perfectamente integrada en la Cadena Alimentaria, ha demostrado incluido las semanas más críticas de la Pandemia, que tiene la capacidad suficiente para que en esos meses difíciles, no hubiera dificultades para que los ciudadanos hallasen a precios moderados los alimentos y bebidas que precisaban.

La industria alimentaria junto con el resto de eslabones de la Cadena Alimentaria (agricultores y ganaderos, trabajadoras y trabajadores de grandes y pequeñas tiendas de distribución, junto con la logística ligada al transporte y mantenimiento de alimentos), ha garantizado durante el confinamiento el suministro de la generalidad de productos alimentarios ante el fuerte incremento de consumo (demanda) que se produjo en las primeras semanas de la declaración producido por el miedo al desabastecimiento. Pero pasado ese tiempo difícil, el impulso por acopiar alimentos y bebidas, sin dificultades importantes gracias a todos los eslabones y engranajes de la cadena alimentaria, que trabajo con la máxima efectividad, dando por hecho que esa efectividad es estándar a pesar de la excepcionalidad que vivíamos durante el confinamiento total por la Covid-19. Desgraciadamente y como decíamos al principio, pasado solo unos cuantos meses de aquella difícil y crítica situación, ahora pocos valoran el esfuerzo y sacrificios que tuvieron que hacer todas las personas que trabajan en la industria alimentaria para que no nos faltara en nuestras casa ningún producto

Comportamiento de las trabajadoras y trabajadores durante la Pandemia como consecuencia de la COVID-19

básico y también, para darnos algún homenaje alimentario en casa, etc.

Ricardo Migueláñez, en un artículo para revista qcom, es titulado “La resiliencia de la cadena alimentaria en la era Covid-19” hace referencia a un informe realizado por el grupo de recursos humanos Randstad en el que destaca que la cadena agroalimentaria de nuestro país se encuentra entre los mejores sistemas agroalimentarios del mundo, siendo además un referente mundial durante la crisis sanitaria de la COVID-19.

Señala y estamos totalmente de acuerdo, que el sector agroalimentario se ha erigido durante estos meses marcados por la pandemia en un ejemplo de resiliencia (capacidad para adaptarse y superar la adversidad) como lo demuestra la menor incidencia -distinto a la no incidencia- de los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE), pues solo una de cada cuatro empresas dentro de esta industria recurrió a este salvavidas, prácticamente la mitad (49 %) que la media de todos los sectores.

El estudio de Randstad Research destaca que el 9 % de las empresas, la mayoría pymes, que desarrollan su actividad en este ámbito amplió su plantilla de forma puntual para



afrontar los “picos” de actividad que se derivaron de la mayor demanda de alimentos en el supermercado registrados entre marzo y abril, cuando fue decretado por el Gobierno el confinamiento en nuestro país para frenar la expansión del coronavirus.

Esta compañía de recursos humanos señaló en su informe que, a pesar de esta enorme resistencia ante la adversidad general, la cifra total de trabajadores en el sector agroalimentario se redujo ligeramente en términos absolutos: si la industria alimentaria empleaba a 465.000 personas en el primer trimestre de 2020, en el segundo el número de trabajadores contratados disminuyó un moderado 1,7 %, hasta los 456.900, debido a que no todas las empresas, ni sectores (vino, espirituosos, alimentos gourmet, floristería, etc.) pudieron aguantar en sus negocios el cierre total del canal de hostelería, restauración y catering (Horeca), la práctica desaparición del turismo nacional e internacional y la clausura de las actividades de servicios y ocio (festividades, eventos culturales, actos sociales y religiosos...etc.).

Y es cierto que en este sector fue menor impacto laboral que en otros, pero como señala el mencionado informe, aun así, el impacto fue leve si lo comparamos con otras

áreas de la economía española, puesto que más de un 30 % de las empresas del sector lograron mantener su actividad al 100 % y conservaron su facturación, el doble de lo que lo hizo la media de todos los sectores. Sin embargo, eso no ha ocurrido a las empresas, en su mayoría pequeñas y medianas empresas ligadas a la actividad del canal Horeca.

En cualquier caso, y como señala el director de Randstad Research, “nos encontramos ante uno de los sectores con mayor resiliencia de nuestra economía, que ha mantenido e incluso aumentado la producción durante los meses de confinamiento total de la población”, destacando que también son mejores los índices de confianza en la industria agroalimentaria, puesto que, según dicho estudio, nueve de cada diez directivos del sector estima que la recuperación total llegará el segundo trimestre de 2021. Otras de las claves de esta actividad industrial es la alta capilaridad de su implantación territorial, jugando un papel fundamental en la fijación de su población y desarrollo local. De hecho, las 31.000 empresas que componen este sector son en su mayoría pymes que se localizan principalmente en localidades de menos de 50.000 habitantes.

Característico del sector agroalimentario, destaca el informe, es la menor incidencia, evidente, del teletrabajo, con un 40 % de las empresas que han apostado por esta fórmula, frente al 56 % de la media nacional.

La importancia y resistencia de la industria agroalimentaria se debe también con toda seguridad al casi perfecto funcionamiento de la cadena agroalimentaria que menciona el estudio "La receta del éxito", elaborado por la consultora Llorente y Cuenca, FIAB y el grupo Mercasa, donde se destaca el peso relevante que tiene el sector en el producto Interior Bruto (PIB) nacional, y que es la primera actividad industrial de nuestro país.

Entonces, ¿si la industria agroalimentaria es la primera industria de este país?, ¿si año a año incrementa sus exportaciones con signos positivos en su balanza comercial?, ¿si todos estamos de acuerdo de su importancia en la fijación de la población rural?, ¿si representa un 15% del PIB de España y el 19 de toda la industria manufacturera?, ¿si nadie duda de su potencial de crecimiento y creación de empleo extensivo?. ¿Por qué no se hace una apuesta real por el desarrollo de esta industria como alternativa al cierre de otras actividades económicas que optan por trasladarse a otros países buscando menores costes de producción y laborales?.

En UGT FICA creemos en la industria agroalimentaria y por ello opinamos que todas las administraciones públicas deben de facilitar el impulso de este sector. De facilitar medidas como transitar a la digitalización y las nuevas tecnologías, especialmente en las zonas rurales

Las nuevas tecnologías y la innovación son imprescindibles para satisfacer las cambiantes exigencias del consumidor. También para optimizar los procesos cambios de formatos y de producción. Hay que hacer el sector cada día más sostenible social y medioambientalmente.

La Política Agraria Común de la UE, no solo debe proteger los intereses de los productores. Debiera extender sus beneficios hasta las personas trabajadoras del sector y el consumidor. Debiera haber elementos dentro

de la PAC para garantizar que sus ayudas mejoren el funcionamiento de las explotaciones productoras para producir con mejores índices de calidad y competitividad con otras zonas del mundo, como pueden ser el norte de África o centro y sur de América.

Tenemos en nuestro país una Ley de la Mejora de la Cadena Alimentaria que nació en 2013 y que recientemente se ha adaptado a la Directiva Europea sobre la misma materia. Esta Ley en nuestra opinión solo intenta que las empresas que conforman los distintos eslabones de la cadena alimentaria de forma voluntaria, se sometan al control de buenas prácticas, pero solo comerciales. A todas luces insuficientes si dicha ley no tiene en cuenta otras prácticas empresariales como la precariedad laboral en el sector,

Nos encontramos ante uno de los sectores con mayor resiliencia de nuestra economía, que ha mantenido e incluso aumentado la producción durante los meses de confinamiento

retribuciones que algunos casos pueden estar por debajo del Salario Mínimo Interprofesional y en muy pocos casos se acercan a salario medio nacional. En definitiva, fórmulas de competencia desleal que solo beneficia a quien las lleva a cabo sin ningún pudor.

La industria agroalimentaria en nuestra opinión necesita un gran Plan Renove que permita a la misma a medio y largo plazo, su expansión, su desarrollo y sostenibilidad. Que lidere el mercado de alimentos y bebidas en Europa y que esté a la cabeza de producción de alimentos a nivel mundial de calidad y seguridad alimentaria. Que haga atractivo al sector para trabajar en el, creando empleo estable, de calidad, justamente remunerado y con derechos.

Por último, respecto del “Comportamiento del Sector Agroalimentario durante la Pandemia como consecuencia de la COVID 19, consideramos que ha sido ejemplar y en especial el de todas las mujeres y hombres que han trabajado o trabajan en el sector.



**Juan M. Vieites Baptista
de Sousa**

**Secretario general de
ANFACO-CECOPESCA**

Juan Manuel Vieites Baptista de Sousa es doctor en C.C. Químicas por la Universidad de Santiago de Compostela. Acumula más de 40 años de experiencia en el sector de conservación de productos de la pesca y de la acuicultura.

Entre sus cargos más destacados, además de Secretario General de la Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas de Pescados y Mariscos - Centro Técnico Nacional de Conservación de Productos de la Pesca (ANFACO-CECOPESCA), están el de Secretario General de la Federación Española de Asociaciones de Industrias de Transformación y Comercializadores de Productos de la Pesca y de la Acuicultura (FEICOPESCA), Presidente de la Asociación de Centros Tecnológicos de Galicia (ATIGA), Presidente de EUROTHON - organización europea que agrupa a toda la industria atunera comunitaria a nivel tanto de flota como de transformación -, miembro del Consejo de Administración de la Asociación de Industrias de la Pesca de la UE (AIPCE), entre otros.

¿Cómo se está comportando el sector agroalimentario ante el Covid-19?

Contexto, impacto y medidas necesarias.

El sector agroalimentario es un sector estratégico para la economía española y, como tal, fue calificado de servicio esencial durante la situación del estado de alarma que afectó a nuestro país desde el pasado 14 de marzo al 21 de junio de 2020, a raíz de la crisis sanitaria derivada del Covid-19.

Tal importancia estratégica resulta de los propios datos manejados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, cuando declara que el sector agrario contribuye, junto con la silvicultura y la pesca, a generar el 2,8% del PIB nacional y es esencial porque

es la base sobre la que se sustentan más de 30.700 industrias agroalimentarias en España. Asimismo, junto a la industria auxiliar de fertilizantes y semillas, y la del transporte y la distribución alimentaria, aportan cerca del 11% del PIB nacional y generan 2,7 millones de empleos en España.

Además, en tal contexto nacional, la industria agroalimentaria constituye el subsector industrial más importante de nuestro país, con un valor de 107.000 millones de euros generados en ventas, casi la cuarta parte de toda la industria manufacturera y genera el 19% de todo el empleo industrial.

Dentro del sector agroalimentario, el sector transformador y comercializador de productos de la pesca y la acuicultura en España, también conocido como sector mar-industria, cuenta con un total de 653 establecimientos, de los cuales 422 se corresponden con la actividad industrial y los 231 restantes se dedican a actividades de comercialización.

Según el último informe publicado por el Consorcio de la Zona Franca de Vigo, el sector mar-industria genera unos ingresos de explotación de 14.558 millones de euros, con un valor añadido bruto de 1.584 millones de euros, y da empleo a 30.683 trabajadores



directos, de los cuales el 78% son generados por la actividad industrial. Este sector destaca, además, por la alta presencia de personal femenino, representando el 70% del total de trabajadores en plantilla.

Por áreas de actividad, el sector del congelado facturó, 10.947 millones de euros y dio empleo a 19.680 trabajadores, mientras que la industria conservera facturó 3.611 millones de euros y dio empleo a 11.003 trabajadores.

Por comunidades autónomas, Galicia lidera la actividad nacional con 234 empresas y una facturación conjunta de 7.266 millones de euros, lo que representa el 49,91% de la facturación nacional. Le siguen Cataluña (12,36%), Andalucía (9,59%) y Valencia (6,38%). En términos de empleo, Galicia también mantiene su posición de liderazgo con el 42,98% del total de empleos; seguido también por Cataluña (11,0%) y Valencia (5,57%).

Queda, pues, acreditado el gran peso e importancia estratégica que tiene el sector agroalimentario y de forma más particular y específica el sector mar-industria, los cuales desde luego no han sido ajenos a la situación de crisis sanitaria generada por el Covid19, pese a su declaración como actividad esencial durante la gestión de la pandemia en nuestro país.

Pero, ¿cómo se ha comportado este sector a raíz de la pandemia?

En el sector mar-industria, han existido impactos dramáticamente diferentes en función de si estamos ante empresas especializadas en canal Horeca o bien ante las orientadas al canal de supermercados e hipermercados, pues es evidente que en el caso de las primeras el impacto ha sido mayor ante las restricciones de actividad impuestas a las actividades de restauración y colectividades durante el estado de alarma. Y ello pese a que la situación pueda tender a una ligera recuperación durante el verano, pero desde luego bajo la amenaza de los repuntes y la incertidumbre que por otro lado plantea el próximo otoño, en tanto no se

disponga de una vacuna efectiva contra el Covid-19.

Además, sin perjuicio de la euforia consumista de los primeros momentos, que llevó a gran parte de la población a aprovisionarse de forma desaforada de productos alimenticios, y también de productos higiénicos; lo cierto es que, recientemente, el crecimiento del consumo de alimentación ha perdido empuje y ofrece una tendencia hacia la estabilización, aguardándose incluso un descenso de cara a final de año/navidad.

De hecho, según NIELSEN, es cierto que la demanda de productos del mar en conserva, en las primeras semanas de la pandemia, llegó a incrementarse un 12% en retail, porcentaje que fue creciendo en las semanas posteriores hasta alcanzar el 30% con picos que incluso llegaron a triplicar los pedidos realizados por las cadenas a las conserveras en los mismos periodos del año anterior. Sin embargo, tras superarse esa situación inicial de emergencia social, la demanda se

La industria agroalimentaria constituye el subsector industrial más importante de nuestro país, con un valor de 107.000 millones de euros



estabiliza, volviendo a registrar patrones de consumo más estables y acordes a lo que puede calificarse como una actividad productiva normal.

Por otro lado, y por lo que se refiere al empleo nacional, se estima que el impacto del Covid-19 ha alcanzado, por el momento, cerca de 9.000.000 de personas, si se considera que cerca de 4.000.000 de personas están adscritos a algún tipo de ERTE; 1.120.000 de autónomos, un tercio del total, han solicitado ya la ayuda por cese de actividad; y hemos registrado, hasta abril, según el SEPE, los 3.700.000 parados. Es decir, estaría afectada el 40% de la población activa a diciembre de 2019.

Estos datos de impacto laboral han obligado, desde luego, a aplicar medidas adecuadas de política económica-social, para que la crisis del Covid-19 no tenga efectos permanentes en el mercado de trabajo y no amenace la viabilidad futura de muchas empresas y profesionales, además de garantizarse con tales medidas el bienestar social y asistencial mientras la situación no alcance hitos de recuperación. Si bien, las previsiones más optimistas nos llevan a una recuperación que no será anterior a la anualidad del año 2022 y de ahí en adelante, siempre y cuando obtengamos a corto plazo una vacuna que por el momento está en fase de investigación y pruebas clínicas por parte de distintos consorcios farmacéuticos a nivel mundial.

Por lo que se refiere al tejido laboral propio del sector mar-industria, podemos congratularnos que, por el momento, ha superado con éxito y destacada robustez los efectos de la pandemia, pues salvo casos muy particulares de empresas centradas total o parcialmente en el canal Horeca o dependientes en gran medida de la demanda internacional, el impacto ha sido de incremento de su actividad productiva para hacer frente a una mayor demanda en el consumo nacional, exigiendo a muchas empresas del sector a incrementar sus jornadas productivas e incrementar sus ratios

de producción y empleo, aunque bajo el condicionante de respetar en todo momento los exigentes protocolos de seguridad implantados en los centros de trabajo.

Es evidente que la pandemia del Covid-19 fue un pulso importante para muchos sectores, pero también para el sector mar-industria, el cual, con gran agilidad, responsabilidad e inquietud social, supo poner en marcha todos los mecanismos organizativos y productivos necesarios para hacer viable la actividad industrial en condiciones extremas de seguridad y salud pública. Esfuerzo donde el papel de los trabajadores/as ha sido fundamental, comprometidos desde el inicio con todas las medidas implantadas y contribuyendo con el mantenimiento de la actividad de un servicio esencial, la alimentación.

Como ha reconocido el propio Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el buen funcionamiento y la colaboración activa de todos los eslabones de la cadena ha asegurado el abastecimiento de alimentos a la población. Reconociendo expresamente que la presencia y actividad del sector agroalimentario en esta crisis sanitaria del Covid-19 ha sido fundamental, al convertirse

Por lo que se refiere al tejido laboral propio del sector mar-industria, podemos congratularnos que, por el momento, ha superado con éxito y destacada robustez los efectos de la pandemia



en uno de los pilares básicos del funcionamiento de España junto con el sector sanitario.

Que una vez descrito el sector agroalimentario y el mar-industria, en particular, y expuesto el impacto que ha tenido en el mismo el Covid-19, toca reflexionar sobre las medidas que sería necesario implementar a corto plazo, especialmente de aquellas identificadas por las empresas a raíz de tal situación, al desvelarse la necesidad de contar con medidas más ágiles y eficaces a nivel organizativo y laboral.

La primera medida está relacionada con la flexibilidad interna, especialmente de la vinculada a la distribución irregular de la jornada, mejorando los límites impuestos actualmente a través del 34 del Estatuto de los Trabajadores, y facilitando así un nuevo marco en la negociación a desarrollar en el ámbito de la negociación colectiva y/o sede empresarial. Sería deseable, en tal sentido, incrementar los ratios de flexibilidad actualmente existentes para la distribución irregular y la duración máxima de la jornada ordinaria, respetándose en todo caso los descansos entre jornadas y descanso mínimo

semanal, al margen de mejorar los requisitos para implantar distintas modalidades/sistemas de jornada ordinaria en los centros de trabajo.

Y, en segundo lugar, otra de las medidas a considerar, en el ámbito laboral, que viene de lejos, creemos debe ser la mayor simplificación de los contratos existentes y al mismo tiempo revisar el régimen indemnizatorio en caso de despido. Mucho se ha hablado de implantar un sistema mixto de indemnización por despido aplicable a los nuevos contratos, similar a lo que se conoce como “mochila austriaca”, pero combinando la cuenta de ahorro individual junto con las aportaciones periódicas realizadas por el empresario; pero también, años atrás, se ha hablado de otra modalidad basada en el concepto “bonus malus”, es decir, una indemnización inicialmente mayor en caso de optar por una contratación temporal en oposición a una indemnización creciente con la antigüedad para el caso de los contratos indefinidos. Ambas medidas entendemos necesitan ser nuevamente valoradas, pues podrían contribuir a la creación de empleo, en un momento tan convulso, e incluso dotar de mayor estabilidad al tejido laboral, en la



La primera medida está relacionada con la flexibilidad interna, especialmente de la vinculada a la distribución irregular de la jornada

medida en que la fijeza no sea vista como una carga excesiva sino como un instrumento que favorece la adquisición de conocimientos, la mejor capacitación y la retención del talento.

Como tercera medida, y dirigida expresamente a las empresas del sector que pudiera estar afectadas por minoraciones de actividad a causa del Covid-19, como son las dependientes del canal Horeca y

los ERTE por causas económicas, técnicas, organizativas y de producción (ETOP) hasta esa misma fecha.

Igualmente, y en cuanto a la valoración del compromiso de mantenimiento del empleo, actualmente prevista hasta el 30 de septiembre, debiera atenderse a las características específicas de los distintos sectores, a los efectos de su modulación

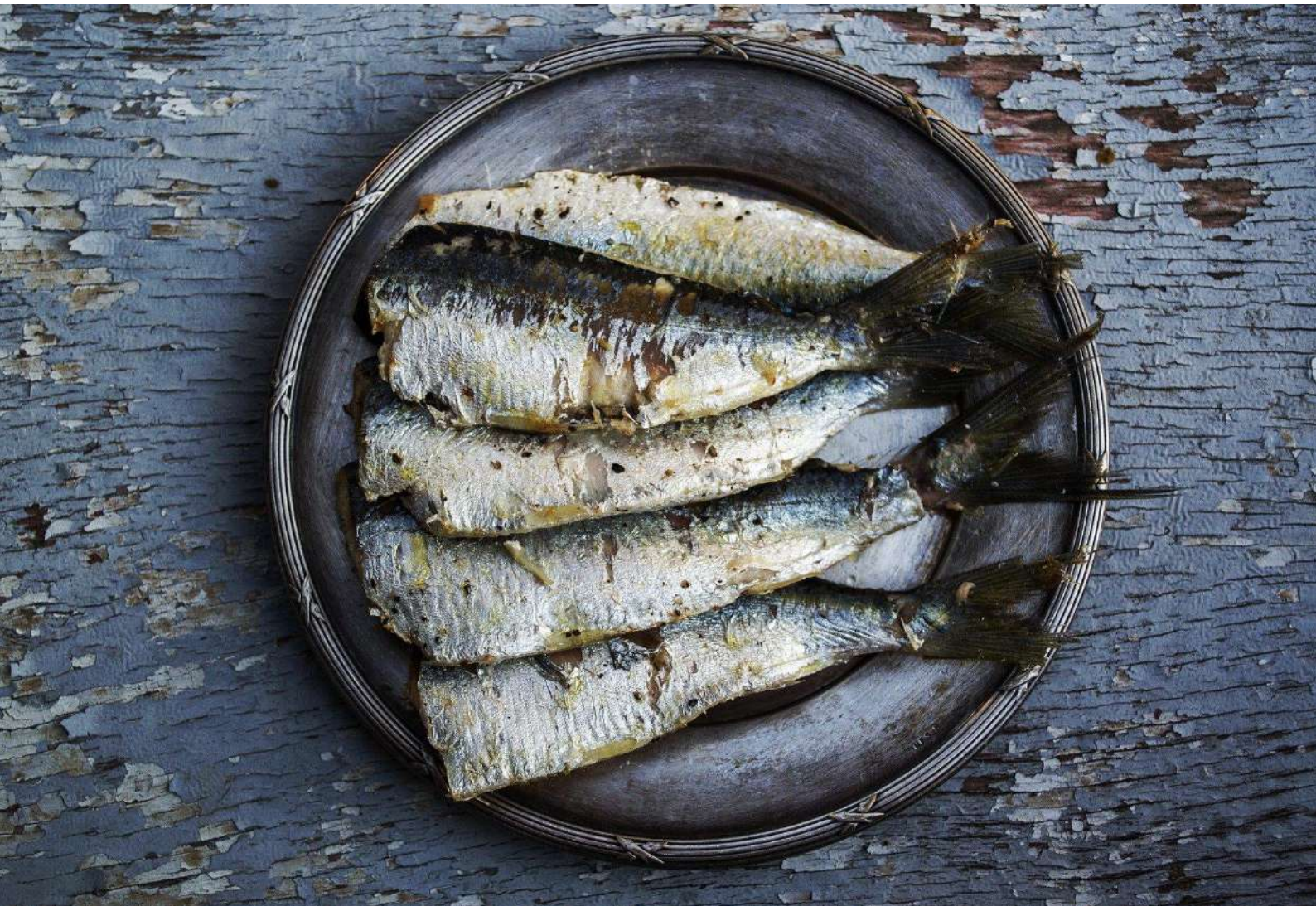


colectividades, sería conveniente prolongar los Expedientes de Regulación de Empleo (ERTE) por fuerza mayor hasta el 31 de diciembre de este año, sin perjuicio de mantener el procedimiento abreviado para

frente a despidos por causa de fuerza mayor o causas ETOP.

En la implantación de todas estas medidas resulta clave el diálogo social y el amparo normativo correspondiente, acompañándose de las medidas necesarias en materia de protección por desempleo y también de medidas dirigidas a bonificar las cotizaciones a la Seguridad Social a cargo de la empresa, correspondientes a trabajadores de empresas afectadas por ERTE por causa de fuerza mayor; o correspondientes a trabajadores afectados por ERTE con causas ETOP que, o bien son transformación de los correspondientes a fuerza mayor o bien que se negociaron conforme al procedimiento abreviado derivado del Covid-19.

Finalizo esta exposición con un agradecimiento al esfuerzo desplegado por las empresas del sector agroalimentario y, en particular, las encuadradas en el sector mar-industria, por su agilidad, capacidad de adaptación y responsabilidad en la situación de crisis sanitaria derivada de Covid-19. Empresas que están representadas por todas las personas que trabajan en las mismas, y sin cuyo esfuerzo, compromiso y competencia no hubiéramos podido estar a la altura de constituir uno de los pilares básicos que permitió el funcionamiento de nuestro país en una situación tan incierta, sobrevenida y desconocida.





Miguel Huerta

Secretario general ANICE

Miguel Huerta es licenciado en Ciencias Biológicas, especialidad de Biología Fundamental, y licenciado en Veterinaria, especialidad de Bromatología, Sanidad y Tecnología de los Alimentos por la Universidad Complutense de Madrid.

En 1987 se incorporó a la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE) como responsable del área técnica, para atender las cuestiones derivadas de la legislación técnico-sanitaria, tanto española como de la Unión Europea.

A partir de ese momento, Huerta se integra en los grupos de trabajo de las Organizaciones Europeas con sede en Bruselas, CLITRAVI y UECEBV. Asimismo, comienza a participar regularmente en: el Comité Consultivo de Porcino de la Comisión Europea y en los Órganos de Dirección de las Organizaciones Interprofesionales del Sector Ganadero Español (ASICI, INTERPORC, INTEROVIC y PROVACUNO).

En 1999, tras doce años de experiencia en ANICE, Miguel Huerta fue nombrado Secretario General de la Asociación, cargo que ocupa desde entonces.

El comportamiento del sector ganadero-cárnico ante el COVID-19

Ejemplar es la palabra que define el comportamiento del sector agroalimentario ante la crisis sanitaria como consecuencia del coronavirus y la declaración del Estado de Alarma. Un sector que ha sabido responder a los desafíos a los que se ha enfrentado en todo este tiempo.

La crisis del COVID-19 ha supuesto un reto para el conjunto de la sociedad, marcando un antes y un después en nuestro país. El sector cárnico, como parte integrante del sector agroalimentario, también ha demostrado estar a la altura; respondiendo a las necesidades especiales y a las circunstancias adversas provocadas por esta crisis.

Desde la declaración del Estado de Alarma, el sector cárnico en su conjunto (producción

ganadera, elaboración y comercialización de carne) ha continuado realizando sus actividades al 100%, con el objetivo de abastecer a la sociedad con alimentos seguros y de calidad; conscientes, del papel del sector en la economía española, y del compromiso adquirido para con los ciudadanos.

Aunque el camino no ha sido fácil; el sector cárnico reforzó la producción para atender a la mayor demanda del consumo en hogares y mantuvo abiertas las vías de exportación a países terceros, compensando así el cese de actividad de clientes tan importantes como la hostelería y la restauración.

Y todo ello reforzando las garantías de seguridad, tanto para trabajadores como para productos, incorporando protocolos y medidas de protección frente al COVID-19, complementando de esta forma los elevados estándares de seguridad alimentaria, sostenibilidad y bienestar animal que marca el modelo Europeo de Producción.



Todo ello ha permitido la producción de más de 130.000 toneladas semanales de carne y unas 20.000 toneladas de productos cárnicos durante el periodo de confinamiento. Lo que, en el tiempo indicado suman más de un millón de toneladas de carnes y productos cárnicos para abastecer tanto a los mercados como a los hogares españoles.

En este punto cabe recordar que, de acuerdo con los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), durante las semanas de confinamiento se observó una preferencia por el consumo de productos frescos, registrándose subidas por encima de la media en las ventas de productos como las carnes frescas. Lo que demuestra que los consumidores apuestan por incluir en sus dietas todos los grupos de alimentos, entre ellos la carne y sus derivados, tal y como recomiendan los expertos, apostando por patrones de alimentos saludables, dentro del marco de la Dieta Mediterránea.

Un ejemplo de solidaridad

Además, el sector cárnico no solo ha redoblado sus esfuerzos para abastecer a la sociedad, sino que también ha mostrado su lado más solidario, realizando donaciones, como equipamientos de protección para el personal sanitario, donaciones monetarias y las de productos del sector, carnes y elaborados, a empresas e instituciones, para ayudar en la lucha contra el COVID-19.

En este sentido, queremos poner en valor las aportaciones realizadas desde las empresas más pequeñas hasta las grandes compañías, poniendo a disposición de todo el país: más de 70.000 kilos de carne y productos cárnicos, cerca de 20 toneladas de otros tipos de alimentos y más de 473.000 unidades de materiales de protección; contribuyendo también en la compra de material para imprimir pantallas protectoras, así como mediante las ya mencionadas donaciones económicas. Todas estas acciones reiteran una vez más el compromiso del sector ganadero con la sociedad.

Reitera su compromiso con el medio ambiente

Desde la declaración del Estado de Alarma, el sector cárnico en su conjunto ha continuado realizando sus actividades al 100%, con el objetivo de abastecer a la sociedad con alimentos seguros y de calidad

La sostenibilidad es otra importante cuestión abordada desde el sector ganadero-cárnico, que refleja el buen comportamiento y compromiso de la industria alimentaria en su conjunto, no solo durante el confinamiento, sino desde hace años atrás.

Desde que se decretó el Estado de Alarma, los niveles de contaminación del aire han disminuido. Los registros de contaminación han revelado que la agricultura y la ganadería no son los responsables del cambio climático. De hecho, los datos del “Inventario Nacional de Gases de Efecto Invernadero”, del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO), reflejan que la producción ganadera solamente representa el 7% del total de emisiones de Gases de Efecto Invernadero en España.

De hecho, organizaciones como Greenpeace informaron durante la primera semana del Estado de Alarma que los valores medios de

dióxido de nitrógeno en ciudades como Madrid, por ejemplo, no llegaron al 40% del límite fijado por la Organización Mundial de la Salud y la Unión Europea. Asimismo, el Centro de Tecnologías Físicas de la Universitat Politècnica de València desarrolló un estudio, a partir de los datos de la Agencia Espacial Europea, en el que se reflejó que los niveles de concentración de dióxido de nitrógeno disminuyeron una media del 64% en las principales ciudades españolas. Todo ello, en un momento en el que el sector ganadero-cárnico no solo mantuvo, sino que aumentó su producción, para abastecer el suministro a la población. Lo cual pondría de manifiesto que el sector no es el responsable del cambio climático.

La ganadería es también un ejemplo de economía circular, llevando a cabo actividades como la reutilización para la alimentación del ganado de residuos y subproductos de producciones vegetales para uso humano

Consciente de los retos medioambientales a los que se enfrenta la sociedad y el impacto del cambio climático en nuestro planeta, el sector ganadero-cárnico se está esforzando por lograr un modelo de transición ecológica global y una producción más sostenible. En este sentido, trabaja en la reducción de un 15% de la huella de carbono en el sector del vacuno, y las emisiones de amoníaco (47%) y metano (54%) en el porcino, haciendo especial mención a que las producciones

como el ovino o el conejo apenas tienen emisiones.

Asimismo, es preciso señalar que el sector ayuda a mantener ecosistemas que no serían viables sin su utilización ganadera, convirtiéndolos en sumideros de carbono. Con lo que fomenta la biodiversidad, conservando espacios naturales, contribuyendo a la fertilización del terreno y reduciendo la erosión y desertificación. Incluso, gracias al pastoreo, se previenen los incendios forestales.

La ganadería es también un ejemplo de economía circular, llevando a cabo actividades como la reutilización para la alimentación del ganado de residuos y subproductos de producciones vegetales para uso humano, así como la gestión de estiércoles y purines como subproductos con una importante utilidad agronómica como fertilizantes orgánicos de cultivos.

Contribución socioeconómica esencial

Todos estos avances en el sector no serían posibles sin los más de dos millones de personas que vienen de la cadena ganadero-cárnica, que desarrollan su profesión tanto en las granjas como en empresas cárnicas que se ubican en el medio rural, y que además logran evitar el despoblamiento, al tiempo que contribuyen a generar riqueza, cohesión territorial y empleo.

La ganadería en España genera más de medio millón de puestos de trabajo directos, mientras que las industrias cárnicas emplean a casi 100.000 personas, representando el



alimentaria española. Y el comercio minorista, entre carnicerías-charcuterías y secciones de supermercados, emplea a otras 75.000 personas.

Así, podemos destacar también que la ganadería cárnica se compone por más de 350.000 granjas y que el sector de la industria cárnica está compuesto por un tejido de cerca de 3.000 empresas distribuidas por toda la geografía española, especialmente en zonas rurales. Y si bien una parte significativa del sector son pequeñas y medianas empresas, esto no ha impedido el desarrollo y consolidación de grandes grupos empresariales, algunos de ellos líderes a nivel europeo.

La producción conjunta de todas estas empresas ha posicionado a la industria cárnica en el primer lugar de toda la industria de alimentos y bebidas de España, representando una cifra de negocio de 26.882 millones de euros en 2019; el 22,6% de todo el sector alimentario español. Esta cifra de negocio supone el 2,4% del PIB total español, el 15,6% del PIB de la rama industrial y el 4,2% de la facturación total de toda la industria española.

Cada uno de los pasos que han dado todos los trabajadores del sector agroalimentario, así como del cárnico, han reflejado el fundamental papel que tiene en la economía española. Así lo manifestó también el Ministro de Agricultura, Luis Planas, en el Congreso de los Diputados, destacando el papel central de toda la cadena agroalimentaria como factor clave en esta crisis y asegurando que este sector será clave en la recuperación económica del país tras la pandemia.

Crisis que ha demostrado la importancia de todos los eslabones de la cadena alimentaria, estratégicos y esenciales durante el Estado de Alarma.

Todos sus integrantes, desde agricultores, ganaderos, productores e industrias de la alimentación, hasta transportistas y distribución minorista, han hecho posible el abastecimiento en tiendas y hogares españoles. Sin olvidar a la industria cárnica, que pese a las dificultades por las que ha atravesado, ha continuado con su actividad y producción en aquellas empresas y subsectores que han podido hacerlo. Por todo ello, queremos destacar y poner en valor el esfuerzo y trabajo realizado por los



empleados de las empresas de nuestro sector, que han acudido a sus puestos de trabajo, siguiendo las recomendaciones de las autoridades sanitarias para prevenir situaciones de riesgo y que, además, han conseguido mantener la actividad en los diferentes eslabones de la cadena de producción. Ello nos lleva a la siguiente conclusión: el comportamiento del sector ganadero-cárnico, y del agroalimentario en su conjunto, no ha podido ser más ejemplar.

ANICE comprometida con la recuperación económica del sector cárnico

La grave situación que estamos atravesando ha supuesto un reto para todos nosotros, afrontando una crisis que no tiene precedentes, ni en su magnitud ni en su gestión. Durante este tiempo, desde ANICE nos hemos volcado en atender las consultas, dudas y preocupaciones que nos han trasladado nuestras empresas cárnicas, aportando así nuestro granito de arena; ayudándoles a salir cuanto antes de la actual coyuntura para que pudieran recuperar, cuanto antes, su actividad empresarial.

Desde el inicio de la crisis la Asociación ha mantenido un estrecho contacto con los asociados, redoblando los esfuerzos a fin de dotar de información fiable a una de las actividades declaradas imprescindibles durante la gestión de esta crisis sanitaria: la de la industria cárnica.

De hecho, desde que se aprobara el Estado de Alarma, se publicaron una batería de normas legales y medidas de toda índole, que hicieron que la Asociación intensificara su asesoramiento en diversas materias, con el fin de ayudar a las empresas. Trabajamos para reunir todas las normativas, así como otros documentos y aspectos de interés que afectaban a las empresas cárnicas, a fin de ayudar a localizarlos y conocer las medidas de respuesta ante el COVID-19.

A tal efecto, habilitamos un nuevo apartado en nuestra página web (www.anice.es), en el que pusimos a disposición de las industrias cárnicas una recopilación de recursos y protocolos de prevención ante el coronavirus.

Medidas de apoyo para la industria cárnica

Desde ANICE trasladamos al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) que la situación derivada del Estado de Alarma, y especialmente el cierre de la hostelería y restauración, suponía la pérdida de gran parte del mercado para muchos sectores ganaderos de especial calidad y muy dependientes del canal Horeca. Por lo que nuestro Presidente solicitó al Ministro de Agricultura, Luis Planas, medidas específicas de ayuda para esos sectores ganadero-cárnicos.

También aprovechamos para recordar las graves dificultades, ya expuestas a lo largo del año pasado, que las industrias elaboradoras de productos derivados del cerdo blanco vienen atravesando. En 2019, vieron aumentar los costes de su materia prima casi un 50%, sin poder repercutirlos por sus acuerdos previos con la distribución; situación que se esperaba poder solucionar durante este 2020, recuperando las pérdidas del año pasado, pero que la pandemia no ha hecho posible.

Asimismo, desde la Asociación solicitamos diversas medidas de apoyo, como el

El sector de la industria cárnica está compuesto por un tejido de cerca de 3.000 empresas distribuidas por toda la geografía española, especialmente en zonas rurales

almacenamiento privado para carnes y canales de cerdos ibéricos, vacuno, cochinitos, lechazos y cabritos, así como para jamones en curación en los secaderos.

Siguiendo de cerca el estado de tramitación de los borradores de Reglamentos para la apertura del almacenamiento privado para carnes de vacuno y de ovino y caprino, trasladando al MAPA y a nuestra patronal cárnica europea aquellos comentarios que nos han ido remitiendo nuestros asociados.

Además, hemos insistido a nuestra administración la importancia del impulso a las exportaciones, tanto abriendo nuevos

resolución de los problemas y refuercen la protección de los trabajadores.

En este sentido, hemos mantenido un permanente contacto con nuestro Grupo Laboral, para analizar las sucesivas propuestas del Gobierno en este ámbito y trasladar, a través de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), las dudas, problemas y propuestas de mejora.



mercados y eliminado trabas al comercio, como aumentando los listados de empresas autorizadas para exportar a países terceros.

Mayor diálogo con los representantes sociales

Por otro lado, hemos visto muy necesario reforzar, en estos momentos de crisis, el diálogo con los agentes sociales para elaborar propuestas conjuntas que favorezcan la



Así, ANICE apoyó y formó parte desde el inicio de la “Comisión de Asuntos Laborales” constituida por FIAB, y UGT-FICA y CCOO-INDUSTRIA, para analizar el impacto de la crisis del COVID-19 en el ámbito del empleo y la salud laboral.

Fruto de los trabajos de esta Comisión fue la aprobación de un documento, remitido al Gobierno, en el que se solicitaba adoptar medidas que permitieran la recuperación de la actividad, garantizando el mantenimiento del empleo y de las empresas.

La salud de los trabajadores de las industrias cárnicas ha sido otro de los temas abordados en esta Comisión, que se ha traducido en la elaboración de un Protocolo y Guía de Buenas Prácticas de Protección y Prevención Laboral para las personas trabajadoras en el sector de la alimentación y bebidas durante la crisis sanitaria provocada por el COVID-19, que se ha convertido en un documento de referencia sobre normas de actuación en los centros de trabajo.

Elementos para la recuperación de la actividad económica

Desde la Asociación consideramos que no será posible la recuperación económica hasta que la hostelería y restauración vuelvan a la tan deseada normalidad

No obstante, desde la Asociación consideramos que no será posible la recuperación económica hasta que la hostelería y restauración, un sector esencial para la economía del país, junto con el turismo, vuelvan a la tan deseada normalidad.

Por ello, ANICE apoyó desde sus comienzos la iniciativa lanzada por FIAB, Hostelería de España y la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC), denominada “Juntos con la hostelería”,

con el fin de lograr una pronta reapertura de este colectivo y una serie de medidas de apoyo que permitieran su rápida recuperación.

En este mismo sentido, ANICE trasladó a las Interprofesionales cárnicas la petición de que incluyan, en sus acciones de promoción, el apoyo a los sectores de la hostelería y la charcutería, una propuesta que fue bien recibida y que ha dado lugar a varias campañas dirigidas a esos colectivos.

Para concluir, cabe señalar que para que la recuperación económica de nuestro país sea una realidad, es fundamental generar una confianza que permita restablecer cuanto antes el consumo. Para lo cual, es imprescindible fomentar el diálogo entre los sectores económicos y evitar que se adopten determinadas medidas que puedan perjudicar la regeneración económica, como aumentar la fiscalidad al consumo, a través de impuestos y tasas, así como incrementar el IVA a los productos. Todo ello no hará más que retrasar esta necesaria y urgente salida de la crisis.

Si logramos evitar estos escenarios, podemos decir con seguridad que entre todos conseguiremos superar esta crisis sanitaria provocada por el COVID-19.





Pedro Barato Triguero

**Presidente de ASAJA
(Asociación Agraria-
Jóvenes Agricultores)**

Nacido en Ciudad Real en 1959. Licenciado en Derecho, dirige en Ciudad Real su propia explotación agraria dedicada a la agricultura y la ganadería. Ostenta también la presidencia de la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español (desde su constitución en el año 2003) y la vicepresidencia primera de la OIVE, Organización Interprofesional del Vino de España.

También ha sido miembro del Praesidium del COPA (Comité de Organizaciones Agrarias de la UE) y miembro del Comité Consultivo PAC de la Comisión Europea y ha pertenecido al Comité Económico y Social de la Unión Europea, entre 1997 y 2007 y al Consejo Económico y Social de España entre 1991 y 2007.

En estos momentos, también es presidente de la Comisión de Seguridad Social de CEOE y miembro de su Junta Directiva nacional y vocal de la Junta Directiva de FREMAP y del Consejo Asesor Agropecuario de MAPFRE Empresas.

El sector Agrario, un sector esencial y estratégico

La pandemia de COVID19 ha dejado un impacto tremendo en nuestro país, ha caído como una losa, de forma inesperada, y ha provocado decenas de miles de fallecidos, ha confinado durante meses a toda la población y ha paralizado la práctica totalidad de la actividad productiva. No obstante, también ha destacado el carácter primordial de algunas actividades de servicio público, como la sanidad, el transporte, la seguridad y la alimentación, y ha acelerado muchos procesos, esencialmente telemáticos y comerciales, además de nuevos hábitos de consumo y de salud.

Como responsable de la principal Organización Profesional Agraria me siento muy orgulloso de que nuestro sector haya sido uno de los pocos que ha estado activo en estos tiempos, con el resto de la cadena alimentaria, contribuyendo con un servicio público de primera necesidad, como es el aprovisionamiento de alimentos sanos, seguros, variados y a precios asequibles para una población.

¿Se imaginan qué hubiera pasado si en los momentos más duros del confinamiento que hemos vivido, hubiera habido escasez de alimentos o falta de suministro productos de primera necesidad para los ciudadanos? Hubiera sido dramático. En este sentido, estamos orgullosos de haber contribuido a lo que nosotros llamamos “Serenidad Alimentaria”, tan esencial en estos tiempos de confinamiento e incertidumbre.

El sector agrario y agroalimentario con cerca de un millón de explotaciones agrícolas y ganaderas, 3.000 cooperativas y más de

30.000 industrias agroalimentarias ha permanecido activo, trabajando a pleno rendimiento, no sin dificultades, para garantizar que los alimentos llegaran a las estanterías de supermercados e hipermercados que permanecían abiertos para surtir a la población.

Y con ello se ha puesto de manifiesto no solo la labor esencial que desempeña el sector sino también su carácter estratégico para la sociedad. Que nadie tenga ninguna duda, esta tarea primordial de proporcionar alimentos sanos y seguros a la población no se puede dejar en manos de terceras personas, ni de terceros países. Esto solo se puede hacer a través de un modelo productivo potente, moderno y eficiente.

Afortunadamente en España contamos con un sector agroalimentario que representa cerca del 13% del PIB, con una Producción Final Agraria de más de 53.000 millones de euros, una actividad exportadora de más de 50.000 millones y una balanza comercial agroalimentaria positiva en unos 12.000 millones de euros. Pero además este sector genera empleo (1,3 millones de ocupados entre el sector agrario y la industria agroalimentaria) y riqueza allí donde más difícil es generarlo, en el medio rural. Somos los garantes del entorno natural y conservamos los espacios y ecosistemas porque la agricultura, la ganadería y los bosques ocupan casi el 80% de nuestro territorio.

Pero no podemos olvidar, que días antes de desatarse la crisis sanitaria en nuestro país, el sector agrario en su conjunto, es decir las tres organizaciones agrarias nacionales, estábamos inmersos en un proceso de movilizaciones para denunciar la grave situación de falta de rentabilidad por la que

atravesaban las explotaciones profesionales agrarias de España y el hartazgo de los productores ante los ataques que estaban recibiendo.

Estas movilizaciones se realizaban para reivindicar medidas como; una nueva regulación de la cadena Alimentaria y unos precios justos para los productores; unos seguros agrarios adaptados al siglo XXI; una fiscalidad adecuada al sector; una reducción de los costes energéticos en las explotaciones; una PAC bien orientada y con un presupuesto acorde a las exigencias que se imponen al productor; una financiación preferente; atender a los retos de digitalización e innovación del sector o medidas de modernización para nuestros regadíos.

Todo esto quedó en suspenso cuando irrumpió la crisis sanitaria en España y las reivindicaciones se aparcaron y los tractores que habían estado saliendo a las carreteras se emplearon en tareas de limpieza y desinfección en los núcleos rurales para prevenir los contagios.

Por todo ello, tenemos pendiente la resolución de los problemas planteados así como afrontar retos esenciales como el Cambio Climático, el empleo y revitalización en el medio rural, la digitalización y como no, seguir dando de comer a nuestros conciudadanos, con las mayores garantías. Y

¿Se imaginan que hubiera pasado si en los momentos más duros del confinamiento que hemos vivido, hubiera habido escasez de alimentos o falta de suministro productos de primera necesidad para los ciudadanos?

las Administraciones son conscientes y deben ponerse manos a la obra y afrontar verdaderas políticas de apoyo a un sector estratégico de nuestra economía.

Ahora, cuando parece que ha pasado lo peor de la crisis sanitaria debemos entre todos afrontar la crisis económica que se está mostrando con gran crudeza. Y en esta tarea, todos somos esenciales. Una vez “domada” la curva de la enfermedad, y teniendo en cuenta la necesidad de estar preparados para los



rebrotos que están apareciendo y que seguirán llegando, debemos hacer un balance de situación para intentar paliar en la medida de lo posible los estragos causados y buscar medidas a corto, medio y largo plazo.

Son por todos conocidas las dificultades por las que ha pasado el sector agrario para encontrar mano de obra local para afrontar las campañas de recolección, incluso contando con una tasa de paro de las más elevadas de Europa. Esto es algo que nos debe hacer reflexionar. Al final estos problemas se han ido resolviendo “a trancas y barrancas”, pero debemos sacar conclusiones para mejorar y afrontar las futuras campañas de vendimia y aceituna para que nada se quede sin recoger, ni por falta de personal, ni por problemas para desplazarlos hasta las explotaciones, ni por falta de equipos de protección personal.

Pero si hay unas consecuencias dramáticas que ha dejado la pandemia en el sector agrario esas son las derivadas del cierre del canal HORECA (Hostelería, Restaurantes y Cafeterías). Y para poder levantar nuestro sector, que también ha sufrido lo suyo, es importante actuar en otros sectores conexos

precisamente algunos de los más afectados, como son la restauración y el turismo.

El cierre del Canal HORECA ha tenido un efecto abrupto y radical en muchas de nuestras explotaciones y de forma muy destacada en las producciones más especializadas. Los productores de cabritos, corderos, cochinitos, así como los del cerdo ibérico viven una situación dramática porque el cierre de este canal les ha dejado fuera del mercado. También atraviesan graves dificultades los productores de queso y los sectores del vino y el aceite de oliva.

La suspensión de eventos, fiestas, ferias, etc., ha supuesto igualmente un severo mazazo para muchísimas empresas agrarias y de los establecimientos destinados a su distribución, preparación y venta.

El ritmo de apertura y de reinicio de actividades y la recuperación del flujo de turistas a nuestras localidades y establecimientos, será esencial para conocer el alcance de la crisis en el sector en su conjunto y en cada uno de sus eslabones nos traerá también el indicador de los daños causados y de la reversibilidad de los mismos.



Para paliar, al menos en parte, los efectos del cierre de estos canales, se han puesto en marcha una serie de medidas, muchas administrativas y algunas económicas que, si bien no son suficientes, si han sido bien recibidas.

Daré tan solo un dato a modo de ejemplo pero que resulta muy revelador. Las medidas adoptadas para abordar la crisis en los sectores agrarios en la UE han tenido, hasta la fecha, un coste de unos 85 millones de Euros, Estados Unidos ha aprobado un programa de más de 16.000 millones de dólares en “ayudas helicóptero”.

El MAPA por su parte, ha puesto en marcha un mecanismo de apoyo directo a los productores de ovino y caprino, como complemento a la ayuda asociada con un importe total de 10 millones de euros.

Estas cantidades resultan insuficientes para abordar la gravedad de la crisis que atraviesan estos sectores y hay que insistir ante las autoridades, esencialmente las comunitarias, para que se amplíen las partidas aprobadas en el marco de la gestión del mercado a través del almacenamiento privado, tanto en importes como en condiciones, para ajustarlo a las características del cierre del canal HORECA, como en las medidas, recordando que otras medidas de intervención están previstas en los reglamentos, si las circunstancias lo requieren.

Por supuesto a nivel interno, es necesario poder contar con fondos adicionales que complementen los puestos a disposición por parte de la UE o que vayan a socorrer subsectores que no estén complementados en los apoyos comunitarios. Me estoy refiriendo a actuaciones, esencialmente de carácter fiscal, que deberían ser también tomadas en consideración a la hora de dar respuesta inmediata a los problemas que atraviesan determinadas explotaciones y sectores afectados, que no deberían estar sometidos a mayores cargas fiscales hasta que no estén en condiciones de poder recuperarse.

Igualmente, son necesarias las exenciones y exoneraciones en las cuotas de la seguridad social, exoneración del IBI Rústico y otras tasas públicas o una revisión a la baja en los módulos del IRPF de los principales sectores afectados por este canal, incluso el establecimiento de un módulo “0”.

Además, es necesario poner en marcha una financiación preferencial para profesionales agrarios y empresas agroalimentarias, a interés cero y con una carencia mínima (2-3 años) suficiente para poder recuperarse y por una duración que permita abordar una planificación a largo plazo.

Por otra parte, España debe optimizar los recursos procedentes de marco comunitario y conseguir una mayor participación en el reparto de los Fondos (tanto estructurales, como de Cohesión, Fondo Social Europeo, FEAGA o FEADER) que en la mayoría de los casos tienen una parte cofinanciada en virtud del principio de subsidiariedad. Es importante aprovechar al máximo los fondos asignados y no dejar que se pierdan y que el dinero que podría haber llegado a España se devuelva de las arcas comunitarias a los Estados miembros en la proporción a su contribución.

Son por todos conocidas las dificultades por las que ha pasado el sector agrario para encontrar mano de obra local para afrontar las campañas de recolección

Pondré un ejemplo: España apenas utiliza un tercio de los fondos estructurales que se le aprueban en la UE (contando la parte cofinanciada). Como consecuencia, se

pierden más de 30.000 millones de Euros que podrían dedicarse a medidas importantes de modernización y activación de la economía en nuestro país.

Esta podría ser una buena ocasión, ya que la Comisión ha recomendado aprovechar fondos no gastados en este presupuesto para luchar contra los efectos del COVID-19 con estos fondos que de otra forma se habrían perdido.

Revisión de las políticas y medidas actuales.

En las propuestas de Marco Financiero, presentadas igualmente por la Comisión el mismo día que el Programa de Recuperación, tampoco el sector agrario europeo ha visto reconocido su trabajo ni su papel esencial, y como consecuencia, verá reducido el presupuesto destinado a la agricultura en un 9% respecto al actual periodo. Vamos a luchar por mejorar estas propuestas.

Pero hay otras acciones previstas en este Programa de Recuperación donde el sector agrario puede verse perfectamente reflejado. Mecanismos como el Fondo de Transición Justa, el Mecanismo Europeo de Reconstrucción y Resiliencia o la Iniciativa REACT-UE o a través de las políticas de Desarrollo Rural en el marco de cumplimiento de iniciativas estratégicas de la UE en el Pacto Verde Europeo, son buenos ejemplos.

Son medidas para adaptarse a las nuevas orientaciones de la Unión Europea para reducir la brecha digital, y avanzar hacia una transición verde, donde el medio rural en general y el sector agrario en particular, se constituyen en actores principales. En relación con la Transición Verde, la preocupación medioambiental y la lucha contra el cambio climático, creemos que debe ser tratada de manera incentivadora.

En pocas palabras, la Transición verde debe venir de la mano de la libre elección y la innovación y no de la imposición. Los agricultores, ganaderos y propietarios forestales pueden encontrar una fuente de actividad y de negocio, siendo estas actividades, forestal y agroganadera, una fuente de absorción de carbono. La actividad agraria y forestal y su efecto beneficioso

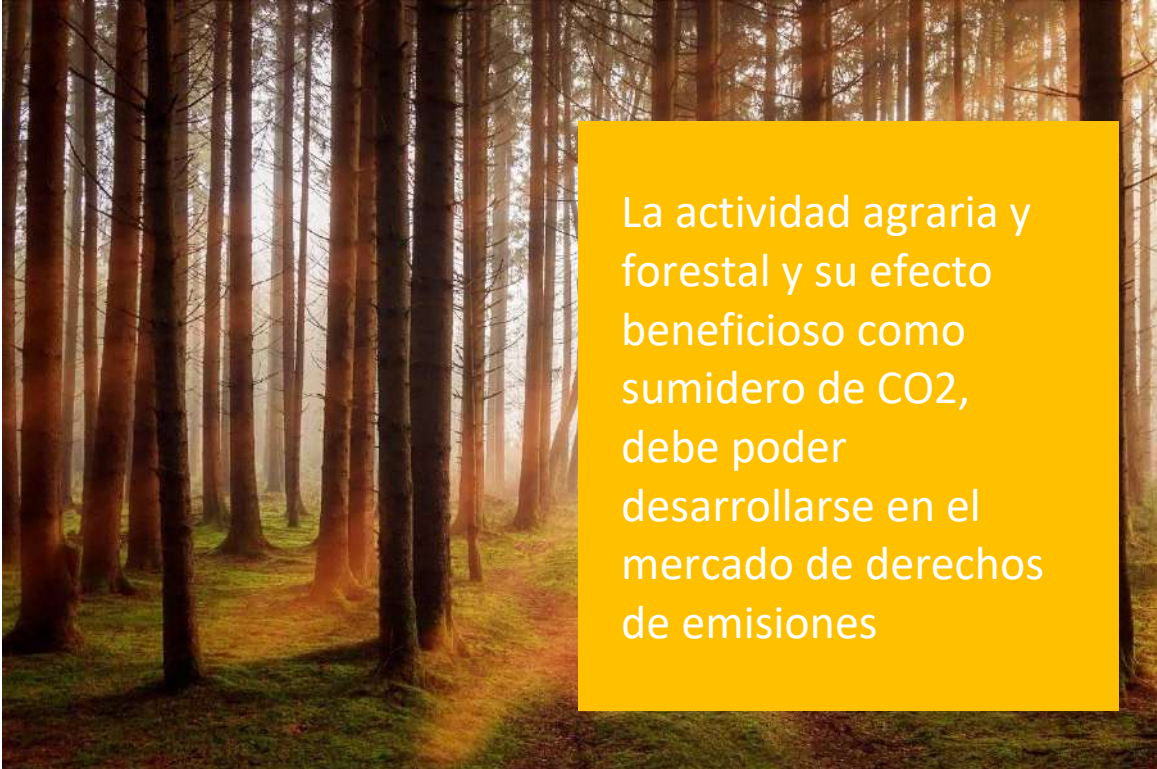
como sumidero de CO₂, debe poder desarrollarse en el mercado de derechos de emisiones, completando la máxima de “quien contamina, paga” con “y el que descontamina, cobra”.

De aquí en adelante Digitalización, Banda Ancha, Innovación y Tecnología aplicada a todos los ámbitos de la cadena deben ser elementos protagonistas cuando hablemos de agricultura y de agroindustria

La formación y capacitación deben ser instrumentos esenciales, siendo los agricultores, especialmente los jóvenes, los principales activos para el reto de futuro. Y tenemos que seguir teniendo capacidad de generación de empleo en nuestro país, hay que seguir invirtiendo en I+D+i (lanzar nuevos productos).

Vivimos en la era de las “fake news” y de la sobreabundancia de información, mucha de ella sesgada y sin contrastar, moviéndonos cada vez más por criterios emocionales que por datos objetivos. Si esto no vale en ningún ámbito, en agricultura y en ganadería es letal, por los efectos y alarma alimentarias que generan. Por tanto, en materia de investigación e innovación en agricultura, deben primar los criterios científicos sobre otros partidistas o emocionales.

En todos los ámbitos de inversión, y muy especialmente en los ligados a innovación, investigación, nuevas tecnologías y digitalización, la colaboración público-privada debe ser el instrumento que permita avanzar con paso decidido hacia la modernización del país.



La actividad agraria y forestal y su efecto beneficioso como sumidero de CO₂, debe poder desarrollarse en el mercado de derechos de emisiones

Los regadíos son fuente de riqueza, empleo y de uso racional de los recursos, si se hacen de manera sostenible. Debemos apostar por la modernización de los regadíos, como uno de los elementos esenciales de productividad, y nuevas prácticas que permiten reducir el consumo de agua y su uso sostenible a través de energías renovables. Y en este punto, me gustaría hacer hincapié en un aspecto concreto que nos preocupa sobre manera: desde 2008 hasta ahora las facturas de riego se han incrementado en un 100% y el término potencia ha aumentado en un 1200%. Los regantes deben poder contar con dos potencias eléctricas distintas a lo largo del año, en función de las necesidades del agricultor y de sus cultivos.

La cadena alimentaria también debe ser objeto de especial atención en el futuro próximo. A pesar del esfuerzo realizado por todas las partes que componen la cadena, el equilibrio entre estos eslabones sigue siendo "demasiado" frágil y siempre es el más débil el que sale perjudicado. Son necesarias medidas que aseguren la transparencia, la seguridad jurídica y la estabilidad en las relaciones entre los productores y los demás integrantes de la cadena, que posibiliten un

reequilibrio en la formación del valor añadido del producto, esta vez si, de la granja a la mesa.

El seguro Agrario es una herramienta fundamental de mantenimiento de rentas ante el entorno económico actual tan volátil y por el esperable aumento de los riesgos para la agricultura ocasionado por los efectos del cambio climático.

Nuevos mercados, nuevos productos y nuevas vías y plataformas de comercialización serán temas relevantes para ganar competitividad. Debemos seguir siendo una potencia exportadora y hacer unas estrategias de comunicación para interior y para exportar. Se deben consolidar las redes de transporte por carretera, permitiendo una mayor eficiencia y reducción de la huella ambiental y favoreciendo nuevas redes de transporte más sostenibles.

De igual manera, en los acuerdos comerciales de la UE con países terceros deben contemplarse elementos de reciprocidad en los intercambios de forma que solo lo que está autorizado producir en el interior de la UE pueda ser importado en la UE. La exportación se ha demostrado como una vía

esencial, y no solo para aliviar la presión de los mercados internos de sectores muy afectados por la crisis, sino como fuente de ingresos y de activación económica en nuestro país, muy particularmente en el medio rural.

Es importante mantener y conquistar los mercados exteriores en una tarea donde todos debemos estar implicados, por supuesto los productores, pero también las empresas auxiliares, el transporte, los exportadores y las administraciones.

Las administraciones deben verse aún más implicadas, siendo embajadores de nuestros productos, con una “diplomacia comercial” muy activa, aprovechando la red comercial de nuestras embajadas como aliados privilegiados.

Y por último, pero no por ello menos importante, sino todo lo contrario, nuestros jóvenes. Está llegando al campo una generación de jóvenes altamente preparados, con ganas, ilusión y una visión completamente nueva de la actividad y de los mercados.

Hay que prestarles todo el apoyo posible. La apuesta por los jóvenes debe ser clara y decidida, ya sea apoyando las sucesiones como a las nuevas incorporaciones, el acceso a la tierra e inversiones, apostando por ellos, incluso con una segunda oportunidad. ¿Quién tiene más derecho a reorganizarse tras un bache o una experiencia que no ha funcionado, que un joven emprendedor con ganas de volver a intentarlo?

Si no hay jóvenes detrás que acometan con ilusión y preparación estos retos, ninguna estrategia, por buena que sea, tendrá nunca éxito.





Ignacio García Magarzo

Director general ASEDAS

Desde julio de 2003 es Director General de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), primera organización empresarial de la distribución alimentaria de nuestro país. ASEDAS agrupa a las principales empresas españolas de este formato.

En el ámbito académico, ha sido miembro del patronato de la EOI, además de impartir cursos y conferencias en distintas universidades y escuelas de negocios. Es autor de numerosos artículos y estudios sobre el sector comercial. Miembro de la Asamblea General de CEOE en representación de ASEDAS. Además, desde 2015 es representante de la CEOE en el Comité Económico y Social de la U.E. También en el ámbito europeo es miembro del Board de Eurocommerce.

Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid en 1.991, en 1.993 ingresó por oposición en el Cuerpo Superior de Administradores Civiles del Estado, en el que está en excedencia. Durante su etapa de diez años en la Administración Pública desempeñó diversos puestos, entre ellos los de jefe de gabinete técnico o subdirector general en los ministerios de Agricultura, Industria y Ciencia y Tecnología.

Cadena agroalimentaria: una lección de organización y colaboración durante la pandemia

El 14 de marzo de 2020 es una fecha que pasará a la historia. Es el día, como todo el mundo sabe, en que se declaró el Estado de Alarma que daría paso al confinamiento más largo y generalizado de la historia de España. Pero, horas antes, comenzó a surgir una inquietud en la población. Se trataba de la inquietud por la alimentación. Las personas tenían miedo de que se produjera desabastecimiento de productos de primera necesidad y, desde aquel momento, la cadena agroalimentaria comenzó a sentir la enorme presión que suponía la tarea de alimentar a una población llena de incertidumbre, que se enfrentaba a una situación inédita en nuestros días.

El gran hito fue que, a los pocos días, se había conseguido aportar tranquilidad, calma y confianza ante la certeza de que ningún producto básico iba a faltar, incluidos los productos frescos de alimentación. Éste es el relato de un logro conjunto de la cadena de valor agroalimentaria en España. Agricultores, pescadores, ganaderos, industria auxiliar, cooperativas, industria alimentaria, transportistas y distribución alimentaria, todos ellos han sabido entender cuál era el papel que debían jugar en todo esto y han sido los primeros en arrimar el hombro, a veces en condiciones muy difíciles, desde un concepto compartido de servicio a la sociedad.

Una cadena que nunca para

Uno de los retos a los que nos hemos enfrentado es explicar que la producción y distribución de alimentación es una cadena que nunca para. En los primeros días de la crisis, algunos nos preguntaban por la cantidad de productos almacenados en las plataformas logísticas. El objetivo era poder calcular para cuánto tiempo tendríamos alimentación. Afortunadamente, el funcionamiento de la cadena agroalimentaria



es mucho más complejo y, por supuesto, más seguro. Llevar los alimentos frescos del campo a la mesa en un tiempo de apenas 24 horas es algo que hacemos desde siempre y, para ello, se necesita una organización en la que participan diferentes eslabones y que, como hemos comprobado, funciona con una precisión absoluta.

Si esto es así en circunstancias normales. En los momentos extraordinarios que hemos vivido todo ha sido bastante más difícil, pero, hoy, podemos decir, que las personas que trabajan en cualquiera de los eslabones de la cadena han sabido tomar decisiones valientes y rápidas que han hecho que la cadena siguiera funcionando como siempre y que la alimentación no haya sido un problema añadido a la grave crisis sanitaria.

Un sector esencial ahora y siempre

Entre los factores que han hecho posible que esta toma de decisiones se llevara a cabo de manera eficiente quiero destacar la consideración de la alimentación, y por extensión todos los sectores que participan de la cadena agroalimentaria, como sector esencial para la sociedad española. El pasado 14 de marzo fue la primera vez que esto ocurría. Hasta ese día, ni a efectos de la seguridad pública, ni del transporte, ni de la protección de infraestructuras críticas, la alimentación era considerado un sector esencial. Básico sí, pero no esencial. Lo que es un matiz muy importante para poder seguir produciendo, transportando y vendiendo en circunstancias extraordinarias que hemos vivido.

Esa consideración permitió actuar rápida y eficazmente durante la pandemia, sin las limitaciones que se impusieron al resto de sectores y a todos los ciudadanos. Este aprendizaje debe servirnos de cara al futuro. No sabemos a los riesgos a los que nos enfrentamos. Más allá del deseado control de la pandemia, el futuro es siempre incierto. Pero, sea cual sea el próximo reto que afronte la sociedad española, lograr el bienestar de todos asegurando la disponibilidad y el acceso a los alimentos y a productos de higiene personal y del hogar, pasa por

mantener la consideración de la cadena agroalimentaria como un sector esencial.

Si uno para, paramos todos

También debemos ser conscientes de este concepto de “cadena” en la que todos los eslabones son dependientes entre ellos. Cuando, en la semana del 6 al 12 de abril, se restringió la posibilidad de trabajo presencial en aquellos sectores no considerados esenciales, saltaron las alarmas. ¿Habría sido posible garantizar el abastecimiento de productos de alimentación sin el trabajo de las envasadoras, sin servicios de limpieza o sin equipos de mantenimiento de instalaciones frigoríficas? La respuesta es no. Afortunadamente, el Gobierno fue muy consciente de que muchos sectores adyacentes a la cadena agroalimentación no podían parar y las alarmas se apagaron casi al mismo momento de encenderse.

Esta experiencia nos ha hecho tomar conciencia de que cada una de las empresas y cada trabajador que interviene en el sistema económico, en general, y en la cadena agroalimentaria, en particular, están totalmente interrelacionados. Todos dependemos de todos. Si uno para, paramos

Uno de los retos a los que nos hemos enfrentado es explicar que la producción y distribución de alimentación es una cadena que nunca para

Uno de los mayores problemas que ha sufrido el campo durante la crisis del Covid-19 está relacionado con el cierre del canal horeca

todos. Este es el espíritu que, durante los meses del confinamiento, hemos vivido en el sector agroalimentario.

Dificultades y soluciones

Por supuesto, los problemas particulares que han tenido que solventar cada uno de los eslabones han sido grandes. Por enumerar algunos, podemos mencionar las dificultades para encontrar personal o el acceso a insumos como fertilizantes o maquinaria que ha sufrido el sector agropecuario; los problemas relacionados con la falta de materias primas y la provisión de envases a los que han hecho frente los fabricantes de productos muy importantes en estos momentos, como las lejías o los detergentes; los inconvenientes que han sufrido los

transportistas, con el cierre de los servicios de hostelería de las estaciones de servicios; o los drásticos ajustes logísticos que han tenido que hacer las empresas de distribución.

La lista de dificultades es muy larga, pero, lo importante, es que cada uno ha sabido solventar sus propios desafíos y, cuando ha sido necesario, los demás han arremido el hombro en un espíritu de colaboración que es, también, el que debería prevalecer de cara al futuro. Quiero compartir, en este sentido, varios ejemplos que pueden ser ilustrativos sobre cómo construir entre todos.

Uno de los mayores problemas que ha sufrido el campo durante la crisis del Covid-19 está relacionado con el cierre del canal horeca, que dejó sin salida a gran parte de la producción y, especialmente, a producciones específicas de gran valor. A pesar de que el incremento del consumo en el hogar derivado del confinamiento de las familias fue significativo, en ningún caso aumentó en un nivel suficiente como asumir las cantidades que generalmente van hacia el canal horeca. Esto derivó en que muchos agricultores, de un día para otro, se quedaron sin un canal de comercialización muy importante y, en algunos casos, prácticamente único.



En este marco, el 27 de abril se firmaba un acuerdo entre la Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural de la Junta de Castilla y León, las organizaciones profesionales agrarias y las asociaciones de empresas de distribución para crear una plataforma llamada “Campo de Encuentro” donde crear un “sistema de distribución alternativo para la venta de productos agrícolas y ganaderos”.

El objetivo era poner en contacto a agricultores y ganaderos que hasta ahora no acudían al canal de distribución moderna con los proveedores de éste para intentar encontrar salidas a sus producciones. La plataforma funciona en dos direcciones: ofertantes, que son los productores y la industria alimentaria, y demandantes, que también puede ser la industria alimentaria y la distribución. Por esta vía se hizo promoción a diferentes productos, un ejemplo es el lechazo –muy afectado por el cierre del canal horeca del que se incrementaron o incluyeron referencias en los supermercados.

Se trata de una iniciativa muy parecida a la que se ha llevado también a cabo en Galicia llamada “Vou de súper Feirón”, con el objetivo de apoyar los productos locales en los principales supermercados de la región, poniendo en valor el trabajo de los productores y su función esencial durante la crisis para llevar la alimentación a los hogares.

Compromiso social y a largo plazo

Situación parecida se presentó en el archipiélago canario. Con una población aproximada de 2 millones de habitantes y flotante de unos 13, la caída del sector horeca dejó un gran vacío en los productores. De nuevo ante la imposibilidad de absorber un porcentaje amplio de las ventas que quedaban vacantes, la distribución actuó como punto de contacto entre sus proveedores y el Gobierno de las Islas Canarias para que, a través de la empresa pública Gestión del Medio Rural de Canarias (GMR Canarias), se pudiera derivar el mayor excedente posible de productos frescos hacia comedores sociales y asociaciones de ayuda a grupos vulnerables.



La colaboración entre las organizaciones interprofesionales de productos cárnicos y la distribución con base alimentaria es una constante con el objetivo común de difundir información nutricional veraz sobre el consumo de este tipo de productos y contribuir a incrementar las ventas. El último ejemplo tiene lugar en el marco de la “vuelta a la normalidad”, que es también un momento especialmente crítico ante la necesidad de activar el consumo tanto en hostelería como en el hogar.

En una línea diferente, varias cadenas de distribución se han sumado al mensaje “Es momento de poner toda la carne en el asador, consume vacuno de aquí”, apoyando así la campaña puesta en marcha por Provacuno y la comunidad Fans del Vacuno. Ésta tiene el doble objetivo de promocionar la carne de vacuno nacional y de apoyar la difusión del consumo de carne como un producto saludable que pertenece a nuestra dieta tradicional.

Por su parte, tanto los productores como la industria alimentaria han hecho un gran esfuerzo logístico por servir a los

supermercados aquellos productos que la población ha demandado de una manera extraordinaria. La cesta de la compra del confinamiento se ha centrado, especialmente en los primeros días, en productos básicos: cítricos, legumbres, arroces, pastas, productos de higiene... ¿Qué decir, por ejemplo, del sobreesfuerzo de los fabricantes de lejías y detergentes? ¿O de los productores gallegos de kiwis? Esta visión centrada en el consumidor es otro caso de éxito del que podemos sentirnos todos orgullosos.

Un cambio de paradigma basado en el consumidor

En un marco más amplio, la colaboración entre las cadenas de supermercados y los agricultores suma desde hace tiempo casos de éxito con vías de cooperación destinadas a ajustar las producciones a la demanda. Bajo un cambio de paradigma destinado a “producir lo que se vende”, el flujo de información es constante e incluso, en muchas ocasiones, la firma de contratos a largo plazo -en los que unos y otros comparten riesgos- permite trabajar en las variedades que demanda el consumidor, ajustado parámetros de calidad como son el calibre, el sabor o el grado de madurez. El resultado es que, como media, entre el 85 y el 90 por ciento de los productos frescos que se venden en los supermercados son de origen nacional y, el resto, generalmente, se importa por motivos de estacionalidad de las producciones.

Contratos a largo plazo que aporten estabilidad y vías de colaboración con cooperativas más grandes y mejores que tengan capacidad para estructurar la oferta, es sinónimo garantía de futuro para todos. Porque la crisis sanitaria nos ha enseñado algo que ya sabíamos: formamos parte de una misma cadena de producción que solo puede funcionar en condiciones óptimas con la colaboración de todos.

Altísimo nivel de la cadena

Para terminar, centrados en el objetivo común de llevar alimentación y otros productos de gran consumo a toda la

población, la cadena agroalimentaria ha mostrado un altísimo nivel organizativo y colaborativo. Hemos estado a la altura de la gran potencia productora de alimentos que somos y por la debemos sentirnos muy orgullosos.

España ha obtenido logros como ser uno de los países del mundo con menor rotura de stock durante el confinamiento. Realmente, la alimentación no ha sido un problema en esta crisis y eso es algo de lo que no todos los países pueden presumir. La conclusión es sencilla: juntos somos más fuertes. El camino para seguir siéndolo viene a través de conceptos como eficacia, competitividad y colaboración.

Tanto los productores como la industria alimentaria han hecho un gran esfuerzo logístico por servir a los supermercados



Benito Villamarín

**Vicepresidente de
Personas en Grupo
Bimbo para España y
Portugal**

Benito Villamarín es el actual Vicepresidente de Personas en Grupo Bimbo para España y Portugal. Cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector trabajando para compañías como Pepsico y Carrefour.

Durante toda su trayectoria profesional en el área de Personas destaca su liderazgo en procesos de integración, transformaciones culturales, relaciones laborales e implementación de estrategias digitales y cultura lean.

Nuestra huella en el sector

¿Qué tienen que en común los productores, la industria alimentaria, el transporte o la distribución? Todos ellos conforman el sector agroalimentario. Un sector esencial en tiempos de incertidumbre que ha visto crecer su cuota de mercado durante este período y ha pasado a ser percibido como una verdadera palanca de la economía del país.

Si analizamos el comportamiento psicológico, el ser humano tiende a preocuparse cuando siente que la situación se descontrola, es por eso por lo que hoy más que nunca debemos estar unidos, colaborar y aprender de los que nos rodean. Trasladando este comportamiento al sector agroalimentario, es muy gratificante ver cómo nos hemos comportado durante esta crisis del Covid19.

El sector agroalimentario ha sido un verdadero ejemplo consiguiendo alcanzar altos niveles de respuesta y de reacción sin

sucedido, nos hemos superado trabajando con altos estándares de calidad y de servicio que, por supuesto, han hecho que nos ganáramos la confianza del consumidor.

Aunando un poco más en los niveles de respuesta, y con el objetivo de contextualizar, según Produlce, patronal en la que estamos inscritas algunas compañías del sector, la primera semana del estado de alarma la bollería y la categoría de pan de molde se dispararon casi un 90%. Este dato es clave para entender bien cómo de rápido tuvo que actuar la industria alimentaria y, en consecuencia, el sector globalmente, para dar respuesta a la demanda que pedía el consumidor.

Sin embargo, tan pronto como se gana la confianza, se puede perder y estos números pueden bajar muy rápidamente. Y ese es nuestro reto, seguir sirviendo al consumidor con garantías, altos estándares y sin olvidar quienes somos ni nuestra función. El sector lo componen, entre otros, agricultores, ganadores, industrias alimentarias, distribuidores, mercados mayoristas y



bajar los estándares. Si bien es cierto que nos hemos enfrentado a un escenario en el consumo sin precedentes, tanto a nivel de demanda como por la rapidez en que ha



comercios. Todos nosotros formamos parte de la cadena de valor, y por supuesto, todos nosotros hemos tenido que superar dificultades, pero a su vez, hemos brillado como nunca lo habíamos hecho antes. Sigue permanente, e incluso más fuerte, nuestro compromiso para con la sociedad con la máxima garantía en seguridad alimentaria y calidad en los productos.

Hablando de este compromiso, me gustaría recuperar ahora el título que le he dado a este artículo para fortalecer la idea de lo importante que es dejar huella, sea donde sea y cuando sea, pero sin olvidarnos que al fin y al cabo somos un sector dedicado al servicio.

Hemos visto en este tiempo tan difícil cómo el sector agroalimentario se ha comportado con la sociedad, que es, al fin y al cabo, el colectivo que más ha sufrido con esta situación. Han crecido las personas en situación de vulnerabilidad e, igual que mencionaba en mis anteriores líneas la

El sector agroalimentario ha sido un verdadero ejemplo consiguiendo alcanzar altos niveles de respuesta y de reacción sin bajar los estándares.

importancia de trabajar en equipo, debe estar en el mismo peldaño de relevancia que este trabajo se vea reflejado en la sociedad. Esa

debe ser nuestra principal y más grande huella en ella.

Las organizaciones no gubernamentales, los bancos de alimentos y demás organizaciones han necesitado de nuestro apoyo para seguir trabajando y dar servicio a nuestro bien máspreciado, las personas. En Bimbo hemos llevado a cabo algunas acciones que no quería dejar pasar la oportunidad de comentarlas. Iniciativas como #BimboContigo nos han ayudado a acercarnos a nuestra comunidad. El último ejemplo es la donación que hicimos a los bancos de alimentos para apoyar a los colectivos más vulnerables entregando más de 60.000 kilos de productos de pan, bollería y productos de pastelería. Hemos dado “un millón de gracias” a los profesionales que trabajan en primera línea contra el COVID-19 repartiendo un millón de Donuts® a más de 300 hospitales, pabellones y hoteles medicalizados, así como a cuerpos y fuerzas de seguridad de toda España. Y, por supuesto, también hemos rendido homenaje a nuestros colaboradores incluyendo sus nombres en el envase de pan de molde como muestra de agradecimiento por su compromiso durante la crisis causada por esta pandemia.

Y seguimos, esto no debe parar. Es nuestra misión acercar alimentos deliciosos a las manos de todos y, hoy más que nunca, se reafirman nuestros valores y nuestro objetivo de seguir haciéndolo.

Empiezan ahora meses difíciles, donde la economía se va a haber afectada y, por tanto, también el poder adquisitivo de las familias. Pero no por ello debemos de seguir trabajando juntos para lograr un mismo objetivo: que la industria agroalimentaria siga demostrando la gran huella que puede dejar en la sociedad.

Juntos somos más fuertes, juntos somos un solo equipo. ¡Sigamos por ese camino!





Eduardo Miguel Orense

**Director de Recursos
Humanos Sur de Europa
en Campofrio**

Eduardo Miguel Orense, licenciado en derecho por la Universidad de Valladolid –Colegio Universitario Integrado de Burgos- y Master en Dirección de Empresas por la Universidad Comercial de Deusto.

Desarrolla su trabajo profesional en el Grupo Campofrio desde el año 1990, ocupando diferentes posiciones en el área de Asesoría Jurídica y de Recursos Humanos.

En esta última área, pasa prácticamente por la responsabilidad de los diferentes departamentos existentes en el mismo, y desde el año 2013 es el Director de Recursos Humanos de Campofrio para el Sur de Europa (España, Italia, Portugal) y miembro del Comité de Dirección de dicha región y de Campofrio España.

En febrero del 2008 es nombrado por el Patronato de la Fundación Laboral Sonsoles Ballvé Lantero, Presidente Adjunto de la Junta de Gestión de dicha Fundación.

En enero de 2015 es nombrado Presidente del Grupo Laboral de ANICE (Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España).

La crisis del coronavirus acentúa el lado más solidario de Campofrío

El cárnico es un sector que aglutina a más de 300.000 personas en España entre ganaderos, veterinarios y demás profesionales involucrados en la cadena de producción, transporte y distribución. Y no solo se trata de una industria imprescindible por el volumen de puestos de trabajo que genera, sino también por proveer unos productos básicos en la cesta de la compra de las familias españolas.

En el contexto actual, marcado por la irrupción del coronavirus en nuestras vidas, todos nos vemos obligados a ser más responsables que nunca: responsables a la hora de asumir las medidas del confinamiento y, en el caso del personal sanitario y de otros profesionales cuyo trabajo resulta esencial para que no nos falte de nada, también a la hora de permanecer en

Desde el inicio de la crisis, nos marcamos un doble objetivo: en primer lugar, garantizar la salud, seguridad y bienestar de nuestros empleados, y en segundo, asegurar el suministro de alimentos

primera línea, trabajando por el cuidado y el abastecimiento de los demás.

Campofrío, por su presencia internacional, conocía la situación que estaban viviendo en otros países como Italia, que nos llevaba alguna semana de adelanto y, por ello, desde una fase muy temprana se preparó para dar una respuesta desde su posición de líder de uno de los sectores esenciales como es la alimentación.

Así, desde el inicio de la crisis, nos marcamos un doble objetivo: en primer lugar, garantizar la salud, seguridad y bienestar de nuestros empleados, y en segundo, asegurar el suministro de alimentos. Asimismo, la compañía se volcó en apoyar a quienes se enfrentan y padecen esta crisis, analizando sus necesidades y ofreciendo las mejores formas de colaborar.

Como uno de los principales actores del sector, en Campofrío hemos asumido esta responsabilidad desde el primer momento, siendo conscientes de que garantizar el abastecimiento de nuestros productos nunca puede ser a costa de la seguridad y la salud de nuestros trabajadores.

Por eso, tanto en Campofrío como en el resto de las empresas del sector, hemos redoblado esfuerzos a la hora de mantener ese trabajo de primera línea con las mayores garantías de seguridad, ampliando los turnos, extremando las medidas de limpieza y distancia física y reforzando el transporte para garantizar que nuestros productos no dejen de llegar a las mesas de las familias españolas. Los productos cárnicos son alimentos fundamentales en nuestra gastronomía y, gracias al enorme esfuerzo y sacrificio de los profesionales que trabajan en las granjas, mataderos, fábricas de elaborados cárnicos, los transportistas y demás piezas de la cadena, podemos decir con tranquilidad que nadie se ha quedado sin este producto por falta de disponibilidad en el lineal de su tienda habitual.

Hablamos de un enorme reto teniendo en cuenta que, según datos de la Asociación Nacional de Industrias de Carne de España (ANICE), la producción de la industria cárnica española supone una cifra de 24.000 millones de euros, es decir, el 22,3% de todo el sector alimentario en España, una cifra que, a su vez representa, en base a los precios de mercado, el 2,2% del PIB total español. Además, la industria cárnica, es el cuarto sector industrial de España, formado por cerca de 3.000 empresas que dan empleo a más de 85.000 trabajadores, un 24,3% de la ocupación total de la industria alimentaria española según esta misma fuente.

Por eso, el sector ha sabido responder a lo que se esperaba de él en un momento así, implementando planes de contingencia para proteger a sus trabajadores, cumpliendo con los protocolos sanitarios, reforzando la seguridad y calidad alimentaria, y trabajando en la prevención y protección para mantener su actividad.

Para poder seguir trabajando con las máximas garantías, todos hemos tenido que adaptarnos a las circunstancias reforzando aún más las medidas higiénicas y sanitarias.

Comprometidos en todo momento con el abastecimiento sin olvidarnos de la seguridad, la salud y el bienestar de nuestros empleados

En Campofrío reconocemos la gran responsabilidad que tenemos como compañía líder de alimentación, uno de los sectores más esenciales en esta lucha. Es por ello, que hemos implementado una estrategia de contención en torno a cinco pilares fundamentales: asegurar el suministro y la disponibilidad de producto para clientes y consumidores; garantizar la seguridad, salud y bienestar de nuestros empleados; respaldar las necesidades de nuestros proveedores y transportistas; apoyar a la sociedad en general, con especial atención a quienes han





estado en la primera línea así como a los colectivos más vulnerables en esta crisis; y asegurar la comunicación permanente con nuestros grupos de interés.

Desde el inicio, nuestros equipos trabajaron incansablemente con el firme objetivo de garantizar la respuesta ante las necesidades de producción para abastecer a todas las regiones de España. Para ello, se reforzaron los turnos de trabajo en nuestras fábricas, implementado medidas de mejora de eficiencia en nuestras líneas y fortalecido el sistema de distribución con la ampliación del número de transportes y de los horarios de recepción y entrega, entre otras medidas.

A la hora de adoptar las medidas recomendadas por las autoridades sanitarias, pusimos en marcha distintos esquemas de flexibilidad laboral para reducir al máximo la presencia de empleados en nuestras instalaciones. Y, siendo conscientes de que el trabajo de producción era entonces más fundamental que nunca, implementamos un conjunto de medidas para asegurar el desarrollo de nuestras operaciones de forma segura y responsable, incluyendo: la información y formación continua sobre las nuevas recomendaciones de las autoridades

sanitarias; el refuerzo de los métodos de acceso para empleados y proveedores; la limpieza y desinfección continua de nuestras instalaciones, maquinarias y zonas comunes; y el refuerzo de los procedimientos de higiene y de los equipos de protección individual.

Adicionalmente, pusimos en marcha distintas medidas para promover la conciliación laboral con las necesidades familiares, tales como la adaptación de los horarios o la atención de personas con dificultades para el cuidado de sus hijos y, de igual forma, hemos estado ofreciendo atención psicológica para aquellos empleados que lo solicitaran.

Finalmente, decidimos reconocer el esfuerzo de nuestra plantilla con una compensación económica adicional y obsequiándoles con algunos de nuestros productos.

Somos conscientes de que el trabajo no acababa aquí, y nuestro esfuerzo no serviría de nada si no fuera por los transportistas que hacen posible que nuestros productos lleguen a la mesa de los españoles.

Nuestro reconocimiento también iba para ellos, especialmente teniendo en cuenta los obstáculos a los que tenían que hacer frente para seguir llevando nuestros alimentos hasta el lineal de los supermercados.

Debido al cierre de gran parte de la restauración de carretera y tomando en cuenta las dificultades actuales para conseguir refrigerios, pusimos en marcha la iniciativa "Food for Drivers" en todos nuestros centros de España. En los puntos de control de acceso o zonas de expediciones, les brindamos a los transportistas almuerzo en bolsas precintadas, cumpliendo con las más estrictas medidas de seguridad.

De igual forma, con el objetivo de proteger y garantizar la salud de nuestros proveedores y transportistas, realizamos ajustes en los horarios para la retirada y despacho de mercancía, fortalecido las medidas de acceso y de seguridad a nuestras instalaciones, habilitado aseos especiales para ellos, y brindándoles información sobre las últimas normativas sanitarias en vigor.

Esta no fue la única iniciativa que hemos puesto en marcha durante el covid-19 para

Pusimos en marcha distintas medidas para promover la conciliación laboral con las necesidades familiares

apoyar al sector del transporte y la distribución. Los transportistas son una pieza clave para garantizar que nuestros productos lleguen a los consumidores. Sabíamos que estaban haciendo un gran esfuerzo para cumplir su trabajo en medio de las dificultades del momento, incluido el cierre de la restauración y los puntos de descanso en la carretera.

La iniciativa de Food for Drivers', antes referida, la lanzamos junto con otras empresas del grupo alimentario SIGMA,





como Nobre, Aoste, Fiorucci, Imperial, CFG Deutschland y Stegeman, en diferentes países en Europa, tales como España, Portugal, Italia, Francia, Bélgica, Alemania y Holanda, ofreciendo a los conductores alimentos y bebidas que contribuyen a una dieta equilibrada.

En colaboración con el Grupo Areas y Font Vella ofrecimos de forma gratuita menús de desayuno o comida a los conductores en dos áreas de servicio de Cataluña, un avituallamiento del que han podido disfrutar más de 600 transportistas. Para llevar a cabo esta acción con la mayor agilidad y fluidez, los menús se prepararon en las áreas de servicio, en cumplimiento con la normativa sanitaria y de seguridad indicadas para esta situación excepcional.

La acción social de las marcas es hoy más importante que nunca

El enorme impacto de esta pandemia ha puesto más de manifiesto si cabe la importancia de establecer redes de colaboración que nos permitan determinar cuál es la mejor forma de orientar los recursos. Estas redes abarcan un amplio abanico de actores e instituciones de todo tipo, desde el canal Horeca hasta otras empresas del sector pasando por las autoridades a diferentes niveles.

Estudiamos detalladamente cuáles son los colectivos más afectados o vulnerables a esta situación, pero también cuáles son sus necesidades. Esto nos ha permitido acometer diferentes acciones desde que se declaró la pandemia con las que buscamos paliar en la medida de lo posible los efectos de esta situación tan difícil.

Siguiendo con nuestra filosofía de 'que nada ni nadie nos quite nuestra manera de disfrutar la vida', hemos querido dar una inyección de ánimo a una labor que se está llevando a cabo con verdadera entrega y agradecer y reconocer el trabajo de todas



aquellas personas que incluso han antepuesto la seguridad, salud y bienestar a la suya propia.

Una de las acciones que hemos puesto en marcha a raíz de la pandemia es 'Snacks para Valientes', una iniciativa con la que hemos querido condecorar a todos los trabajadores que han permanecido en la primera línea en Burgos: sanitarios, policía nacional y local, bomberos, guardia civil, o ejército. Además del necesario homenaje en agradecimiento a su labor, hicimos entrega de 6.000 bolsas con 'snacks' tradicionales españoles ideales para celebrar una ocasión especial, y en este caso lo era.

De esta forma hemos querido mostrar que son muchas las profesiones que han resultado esenciales durante la emergencia sanitaria y reconocer que solo mediante el esfuerzo coordinado se pueden brindar garantías de salud y seguridad a la población en estos momentos.

Nuestra otra gran preocupación, además de colaborar y reconocer el trabajo de esos "héroes de la pandemia", ha sido no dejar

atrás a los más vulnerables. Hemos creado y liderado el proyecto de innovación social 'Bocadillos Saludables Solidarios', una iniciativa de colaboración público-privada a la que se han sumado el Ayuntamiento de Sevilla, la Asociación de Hosteleros de Sevilla y Provincia, Gastrea Trucks, más de 10 empresas multinacionales y andaluzas y un equipo de 36 voluntarios para ofrecer 10.000

Ofrecimos de forma gratuita menús de desayuno o comida a los conductores en dos áreas de servicio de Cataluña

meriendas saludables a personas en situación de vulnerabilidad, contribuyendo, así, con la ampliación de la red municipal de garantía alimentaria.

En España existen actualmente 12,2 millones de personas vulnerables y en riesgo de exclusión. Si para algunos de ellos el acceso a la alimentación no era una garantía en situación de normalidad, en circunstancias extraordinarias se convierte en un verdadero desafío.

En este sentido, vimos necesario contribuir a asegurar la alimentación equilibrada y saludables de estos colectivos, máxime en un contexto en donde los recursos son todavía más limitados y se ha vuelto más difícil garantizar el bienestar de la población.

La misma determinación nos ha llevado a poner a disposición de Serunion, uno de nuestros principales partners en hostelería, 10.000 unidades de triturados de frutas para aquellas personas ingresadas en hospitales, residencias y hoteles medicalizados en Madrid y Barcelona.

Uno de los valores que nos caracterizan como empresa el de estar siempre dispuestos a ayudar. Llevamos más de 10 años tomando partido en situaciones difíciles, posicionándonos del lado de las personas, porque somos conscientes de que, en tiempos como los que vivimos, todos contribuimos.

Uno de los valores que nos caracterizan como empresa el de estar siempre dispuestos a ayudar

Y lo hacemos como mejor sabemos: con esfuerzo por mejorar y orgullo de pertenencia. Así lo hicimos en los momentos más duros de la pasada crisis económica, cuando sufrimos el incendio de la fábrica de Burgos, y también ahora. El resultado que todos hemos podido ver estos días en los medios de comunicación y las redes sociales ha sido la campaña 'Mensaje al enemigo', protagonizada por el gran Miguel Gila. De esta forma hemos querido ser un espejo de la realidad de España, un lugar donde mirarnos y tratar de entender lo que nos pasa, para reenfocarlo hacia el optimismo, la superación y la esperanza.

Detrás de la marca están las personas; por eso apostamos por el valor humano y las sinergias con otras empresas para salir de esta situación más fuertes y unidos

Esta crisis nos ha traído la oportunidad de hacer aún más evidente el valor humano de las marcas. A partir de ahora, las empresas deben hacerse escuchar aún más y deben hacerlo a través de la acción, la empatía y la cooperación, liderando proyectos que confirmen su condición de motor social y referentes a la hora de dejar atrás cuanto antes los efectos de esta pandemia.

La comunicación va a adquirir un papel más relevante, pero deberá hacerse en base a la transparencia y responsabilidad. Toda comunicación deberá ir respaldada por una buena gestión de los hechos para que el compromiso de la compañía con la sociedad no se quede tan solo en palabras o pueda incluso considerarse oportunista.

De la misma manera que la crisis ha podido cambiar nuestras conductas y formas de relacionarnos, así tiene que hacerlo también la forma en la que las compañías se relacionan con la sociedad a través de, por ejemplo, mensajes más cercanos y positivos, que realmente conecten con la sociedad.



Momentos como el que nos ha tocado vivir ponen de manifiesto que a la hora de la verdad la unión hace la fuerza. Estos días hemos asistido emocionados a las muestras de reconocimiento al personal sanitario que ha permanecido infatigable en primera línea de batalla durante los peores momentos de la pandemia, pero también de otros colectivos profesionales sin cuyo trabajo el confinamiento habría sido aún más duro si cabe. A los ya citados transportistas y trabajadores de las plantas de alimentación se suma el personal de limpieza, las fuerzas de seguridad, los reponedores y cajeros de los

supermercados; profesiones todas ellas esenciales y, desgraciadamente, no siempre reconocidas como se merecen.

Campofrío apoya a todos aquellos que están librando directamente esta lucha como sanitarios, fuerzas de seguridad u otros colectivos al servicio de los más desfavorecidos. Hemos donado más de 50.000 kg de producto a Bancos de Alimentos (Burgos, Sevilla, Canarias), Hospitales (Madrid, Sevilla, Murcia, Valencia), Fuerzas de

Vivimos un momento de solidaridad, pero también, en el plano estrictamente empresarial, de cooperación y de buscar nuevas sinergias

Seguridad (Burgos), Cocinas Solidarias (Larrumba por ti) o Cáritas (Toledo).

Vivimos, como decía, un momento de solidaridad, pero también, en el plano estrictamente empresarial, de cooperación y de buscar nuevas sinergias. En Campofrío nos lo hemos tomado al pie de la letra y, para muestra, algunas de las iniciativas ya descritas, las cuales no habrían sido posibles sin la colaboración de nuestros socios. A estas acciones y campañas sumamos nuestro apoyo a proyectos solidarios de clientes como Carrefour (Solidarity Truck), o a empresas como Ybarra (iniciativa 'No estéis Solos') mediante la provisión de bolsas solidarias a sanitarios en Sevilla.

Todas estas iniciativas no habrían sido posibles sin un compromiso claro y firme desde la dirección de la compañía, que ha tenido claro en todo momento que la respuesta a semejante crisis debía ser contundente, pero también inmediata. Esta urgencia nos ha llevado a ser mucho más ágiles en el análisis de escenarios y en la toma de decisiones, simultaneando la responsabilidad de mantener la producción y el suministro con la de desarrollar de forma paralela numerosas iniciativas lejos de nuestra actividad principal.

Así, dirección, empleados, representantes legales de los trabajadores, sector, organizaciones públicas y privadas hemos formado en cuestión de semanas, un gran equipo que ha trabajado sin descanso para poner su grano de arena en paliar la situación de emergencia vivida. El recuerdo de los momentos más duros de la pandemia sigue muy vivo, pero nuestra memoria también guarda la experiencia de toda esta labor que nos ha recordado quiénes somos.





Miguel Blanco

**Secretario general de
COAG**

Natural de la pequeña localidad zamorana de Perilla de Castro, situada en la comarca de Aliste. Forma parte del sector agrario y de la propia COAG desde 1982. Es apicultor a título principal. En 2020, cumple 37 años al frente de una explotación apícola de carácter profesional situada en Sanabria, Carballeda y Aliste. Aunque es diplomado en Magisterio por la Escuela Universitaria de Zamora, nunca ha ejercido como profesor.

Trayectoria: Presidente de COAG Zamora desde 1982, ha revalidado la mayoría absoluta en todas las elecciones a cámaras agrarias provinciales, (1997, 2002, 2007 y 2012). Fue Coordinador General de COAG Castilla y León en 2000 y 2002, año en el que esta organización agraria ganó por primera vez las elecciones a cámaras en esta Comunidad Autónoma, región con mayor censo agrario de España.

Además, fue Presidente de la Cámara Agraria de Zamora durante más de 20 años. Entre 2003 y 2011 ha sido responsable de Organización de la Comisión Ejecutiva nacional de COAG.

Desde 2011 es Secretario general de COAG a nivel nacional.

La respuesta de la agricultura social y profesional ante el COVID-19

Durante la crisis del Covid-19, la cadena agroalimentaria ha sido capaz de mantener un suministro estable de alimentos de alta calidad, seguros y asequibles para millones de ciudadanos españoles y europeos. Tenemos que estar muy satisfechos y orgullosos del funcionamiento de nuestro sistema agroalimentario y especialmente, del esfuerzo y la responsabilidad de los hombres y mujeres del campo.

No obstante, las graves perturbaciones generadas por la pandemia Covid-19 han impactado también en el sector productor agrario. Todavía es muy pronto para medir el impacto de la crisis del Covid-19 en el sector

duración de la pandemia, de la evolución de la situación económica general y de las medidas que las administraciones están tomando para superarla. Algunas de estas medidas como los controles fronterizos y la limitación al movimiento de las personas, han producido disrupciones en el sector agrario y el conjunto de la cadena de suministro. Los actores del sector agrario han estado trabajando para minimizar estas disrupciones y garantizar el suministro alimentario, así como para coordinar el conjunto de medidas en el marco europeo.

Lo que sí ha quedado demostrado y así ha sido asumido por todos, es el carácter estratégico de la agricultura europea como garante de la seguridad alimentaria. El sistema agroalimentario español y europeo es una red compleja y sofisticada, con muchos sectores interrelacionados y miles de empresas de todo tipo. Aún así, todos reconocen que los hombres y mujeres del



agroalimentario, algo que dependerá de la

campo son el elemento básico de todo este entramado.

Hasta ahora el aprovisionamiento de productos agroalimentarios se ha mantenido estable, pese a las perturbaciones y la compra en modo pánico por parte de los consumidores en los primeros momentos. Los agricultores españoles y europeos hemos sido capaces de mantener un suministro estable de alimentos de gran calidad, seguros, diversos y asequibles para el conjunto de la ciudadanía. La seguridad alimentaria europea se ha demostrado que es una realidad, en el corto plazo y ante una situación aguda, y es un objetivo logrado dentro de la política agraria común europea.

No obstante la situación para los agricultores es muy difícil, ya que la crisis actual del Covid-19 enlaza con una crisis general de viabilidad de las explotaciones agrarias del modelo social de agricultura que estalló de forma abrupta en el año 2019. Por todo ello, han sido necesarias medidas urgentes de apoyo a los agricultores y ganaderos europeos, así como medidas de gestión del mercado interior. Además, no todos los sectores y cadenas de valor han funcionado de la misma forma, sufriendo gravemente las producciones dirigidas al canal HORECA, a la venta en mercados de proximidad o a comedores colectivos. La manera en la que reaccionemos será determinante para el futuro de la agricultura y de las zonas rurales los próximos años. También hay que reflexionar sobre la situación post-Covid-19 y la recuperación económica; en este sentido será determinante el marco financiero 2021-2027, en el que debe contemplarse un presupuesto adecuado y suficiente para la ambición de la nueva PAC.

Los sectores agrarios españoles y europeos ofrecen un alto valor añadido a los consumidores. Forman parte de un modelo europeo de vida y alimentación que tenemos que intentar recuperar lo antes posible después del Covid-19. Lo que nos debe preocupar es proteger a las explotaciones que han resultado dañadas para que puedan seguir adelante en el marco del modelo de agricultura social y profesional mayoritario en

Tenemos que estar muy satisfechos y orgullosos del funcionamiento de nuestro sistema agroalimentario

Europa. No son tanto las producciones en sí las que están en peligro, sino los agricultores y ganaderos del modelo social y profesional de agricultura.

La importancia del sector agroalimentario en la Unión Europea y en España

El sistema agroalimentario de la UE se basa en una compleja red de sectores interrelacionados que cumplen la función de suministrar alimentos a los consumidores. En 2019, alrededor de 10 millones de explotaciones europeas cultivaron casi 175 millones de hectáreas, obteniendo producciones diversas por un valor de casi 400.000 millones €. Una gran parte de esta producción es procesada en alimentos y bebidas por miles de empresas (280.000 empresas en 2017).

El comercio de productos agrícolas y alimenticios con países de fuera de la UE es otro elemento importante del sistema alimentario de la UE. Ofrece nuevas oportunidades de mercado para los productores de la UE, materias primas para alimentación animal, así como para las industrias de transformación alimentaria europeas (que representan la mayor parte de las importaciones de la UE desde terceros países) y un abanico más amplio de productos para los consumidores de la UE. En 2019, el comercio de alimentos y bebidas de la UE representó el 8% de todas las exportaciones y el 6% de todas las importaciones.

Hay muchos actores involucrados en la cadena de suministro de alimentos, como productores de insumos agrícolas, empresas de embalaje, empresas de transporte, instalaciones de almacenamiento, distribuidores a puntos de venta y mayoristas, mercados y otros minoristas, supermercados y hostelería. Este complejo sistema emplea a millones de personas y es una parte fundamental de la economía.

El Ministerio de Agricultura ha analizado la contribución del sistema agroalimentario a la economía española con datos

la agricultura, productos agrarios y agroalimentarios y 5-Distribución: intermediarios y comercio al por mayor y al por menor de productos agroalimentarios.

La suma del VAB de todas las fases asciende a 107.743 M€ contando el valor de los alimentos importados y de 97.275 M€ si se dejan fuera del cálculo. El valor del sistema agroalimentario representa un 10,62% (9,59% excluyendo importaciones) del total del VAB nacional.

El Ministerio de

VAB por fases del sistema agroalimentario absolutos y relativos. En millones de euros (M€).

Fase	Año	Nº Ocupados
1. Inputs y servicios para la producción agraria y alimentaria	2015	59.238
2. Producción agraria y alimentaria	2016	712.000
3. Industria agroalimentaria	2016	461.903
4. Transporte de insumos de la agricultura, productos agrarios y agroalimentarios	2016	309.397
5. Distribución: Intermediarios y comercio al por mayor y al por menor de productos agroalimentarios	2016	1.062.486
Total ocupados		2.605.024

TOTAL	107.743	100	97.275	100
--------------	----------------	------------	---------------	------------

correspondientes a 2016. En este análisis ha identificado cinco fases dentro de este sistema: 1-Inputs y servicios para la producción agraria y alimentaria, 2-Producción agraria y alimentaria, 3-Industria agroalimentaria, 4-Transporte de insumos de

Agricultura también estima que el sistema agroalimentario español ha ocupado en 2016 a 2,6 millones de personas, erigiéndose la fase de distribución como la más importante en términos de empleo, por delante de la fase de producción.

Este análisis, no obstante, no recoge de forma exhaustiva la contribución total del sistema agroalimentario al conjunto de la economía española y oculta otras interacciones que resultan esenciales para el desarrollo de otras actividades de gran importancia. Sin ir más lejos, resulta esencial la vinculación del sector agroalimentario con los sectores de la hostelería y el turismo. Estas relaciones no están computadas en el análisis del Ministerio de Agricultura por la ausencia de datos adecuadamente desagregados.

Comercio exterior agroalimentario

En 2019 España exportó productos agroalimentarios por valor de 53.180 Millones €, frente a unas importaciones de 38.964 Millones €. Esto da como resultado una balanza comercial agroalimentaria positiva en 14.215 Millones €.

El 72% de las exportaciones se dirigen hacia el resto de países de la Unión Europea y el 28% a países terceros. Los principales países importadores de productos agroalimentarios españoles son por este orden Francia, Alemania, Italia, China, EEUU y Japón. En el primer trimestre de 2020, con el país ya afectado por la pandemia Covid-19, el sector agroalimentario español es líder de la exportación. Sus exportaciones representaron el 19,4% del total y subieron un 9,9% interanual. Ningún otro sector se aproxima a estas cifras, lo que demuestra la gran fortaleza del sector agroalimentario español en situaciones críticas.

Las movilizaciones agrarias de principios de 2020 – los agricultores al límite

En enero de 2020, las organizaciones agrarias más representativas (COAG, ASAJA y UPA) anunciamos en unidad de acción el comienzo de un proceso de movilizaciones en todo el país en defensa del futuro de los agricultores/as y ganaderos/as. La falta de precios justos, la grave crisis de rentabilidad de las explotaciones, el reto climático y la imposición de barreras comerciales justificaban las protestas.

La práctica totalidad de los agricultores y ganaderos están inmersos en una grave crisis

de rentabilidad. Ese desequilibrio de la cadena agroalimentaria está llevando al límite a miles de familias que se dedican a la producción de alimentos en toda España. A ello se suman los anuncios de recortes en las ayudas provenientes de la Unión Europea y la imposición de barreras comerciales a nivel global que ponen trabas a las exportaciones.



En este contexto, repleto de hostilidades, se suman los resultados del año 2019, uno de los más negativos que se recuerdan para el sector, con una pérdida de renta agraria cercana al 9%, y con constantes noticias en muy diversos ámbitos que configuran una “coyuntura dramática” para los agricultores y

adoptan determinadas medidas urgentes en materia de agricultura y alimentación.

La primera parte del RD Ley 5/2020, que modifica la Ley de la Cadena Alimentaria, es un paso adelante, contempla cuestiones que hemos estado barajando desde hace tiempo. No fija precios mínimos porque está



las protestas de los hombres y mujeres del campo se extendieron por todos los territorios, con manifestaciones masivas y caravanas de miles de tractores

ganaderos.

A partir de esta convocatoria, las protestas de los hombres y mujeres del campo se extendieron por todos los territorios, con manifestaciones masivas y caravanas de miles de tractores en todas las provincias españolas. Se demostraba que la situación, que ha ido empeorando en los últimos años había llegado a una situación de desesperación.

El Gobierno, a través del Ministerio de Agricultura, reaccionó constituyendo una mesa de diálogo con las organizaciones agrarias convocantes de las movilizaciones, en la que presentamos una tabla reivindicativa conjunta. A finales de febrero, el Gobierno publicó en el BOE el Real Decreto-ley 5/2020, de 25 de febrero, por el que se

prohibido, pero establece condiciones teóricas para que los pagos cubran los costes de producción. Se actúa también sobre la destrucción de valor en la cadena, se agravan las sanciones considerablemente y se acuerda su publicación. En todo caso, quedaban fuera de la Ley de la Cadena Alimentaria aspectos tan importantes como: La figura del mediador de los contratos, el registro a nivel de Estado de dichos contratos, el canal Horeca, una mejor regulación de la venta directa y una ampliación de la aplicación de la Ley a las Organizaciones de Productores (OP).

La segunda parte del Real Decreto Ley se refiere a aspectos laborales que nos afectan directamente al sector agrario, pero no en positivo. No son medidas favorecedoras para el sector agrario.

Por otra parte, el Ministerio de Agricultura constituyó las siguientes mesas de trabajo y negociación:

- Seguros Agrarios.
- Cadena Alimentaria. Trasposición de la directiva comunitaria sobre las prácticas comerciales desleales.
- Acuerdos comerciales (países terceros, Brexit y aranceles).
- Fiscalidad, empleo y energía.

En ese momento, nuestra posición era avanzar en la negociación, pero continuando las movilizaciones porque las propuestas del Ministerio de Agricultura eran claramente insuficientes respecto a las reivindicaciones planteadas.

Estando así las cosas, el día 12 de marzo de 2020, las organizaciones agrarias COAG, ASAJA y UPA suspendimos todos los actos, protestas y movilizaciones que se estaban celebrando por todo el país dada la situación de emergencia nacional por la pandemia del coronavirus. Traslamos el compromiso de los hombres y mujeres del campo con la sociedad española a la hora de suministrar alimentos de calidad, sanos y seguros, al tiempo que reivindicamos el carácter estratégico de un sector agrario fuerte para garantizar la seguridad alimentaria de la población ante crisis globales de efectos indeseados e impredecibles. Era el momento de ser prudentes y responsables, por lo que tocaba poner fin, de momento, a la revuelta de los agricultores al límite.

La Reforma de la PAC pendiente del acuerdo financiero

Las negociaciones para la Reforma de la PAC en el Consejo Agrícola están pendientes del acuerdo final sobre el próximo marco financiero. La propuesta de marco financiero de la Comisión Europea fue reformulada el pasado mes de mayo de 2020 debido a la crisis provocada por la pandemia Covid-19 y ahora está siendo debatida por los Jefes de Estado y de Gobierno de la UE en el Consejo Europeo. Respecto a la Reforma de la PAC, los Estados Miembros continúan sus trabajos

en el Consejo Agrícola y asumen que se pondrá en marcha el nuevo sistema de aplicación de la PAC a través de los Planes Estratégicos Nacionales. El Parlamento Europeo, por su parte, todavía no ha cerrado su posición sobre los Reglamentos de la Reforma de la PAC.



Paralelamente, ya se ha cerrado el acuerdo entre el Parlamento Europeo y el Consejo sobre el Reglamento de Transición que regirá el período de dos años que va desde el 1º de enero de 2021 hasta la entrada en vigor de la nueva Política Agrícola Común (PAC), unas normas que asegurarán el apoyo necesario a

Ante todo esto, COAG propone más y mejor Europa para fortalecer el modelo social y profesional. Una agricultura con agricultores y agricultoras.



los agricultores en este período para dar al sector estabilidad y continuidad financiera.

A todo lo anterior se une la incertidumbre creada por la salida de Reino Unido de la Unión ("Brexit"). En estos momentos se está negociando la futura relación entre Reino Unido y Unión Europea.

Por último, nos encontramos un escenario internacional desfavorable en el que el principal cliente de la UE, los Estados Unidos, ha impuesto aranceles adicionales a las exportaciones españolas de aceituna de mesa, vino y aceite de oliva con un impacto estimado en 970 millones €. En estos momentos, los EEUU amenazan con sanciones adicionales a las producciones agrarias de la UE. Al sumarse la crisis del coronavirus, el impacto está siendo demoledor para estos sectores.

Nos encontramos un escenario internacional desfavorable en el que el principal cliente de la UE, los Estados Unidos, ha impuesto aranceles adicionales a las exportaciones españolas



Consideramos a la agricultura y la alimentación como elementos estratégicos de la política de la Unión Europea, tanto desde el punto de vista económico como social y ambiental, como para garantizar la seguridad alimentaria. La PAC es la única política común de la Unión Europea y se ha utilizado como base en el proceso de construcción de una Europa unida. En este marco, nuestra misión como agricultores es fundamentalmente producir alimentos sanos y seguros, en cantidad suficiente para el conjunto de la sociedad, a la vez que proporcionamos a la sociedad otros bienes públicos de tipo ambiental, territorial o cultural.

A la vez, constatamos que la actividad agraria en Europa se enmarca en un modelo determinado, el Modelo Profesional y Social de Agricultura, mayoritario, basado en el carácter profesional, la eficiencia y sostenibilidad de la actividad agraria, que conforman los hombres y mujeres del campo que trabajan directamente en sus explotaciones y viven de su actividad. Este modelo entrega bienes de enorme valor a la sociedad europea, siendo proveedor de alimentos sanos, seguros, diversos, asequibles y de calidad, contribuyendo al equilibrio territorial, participando en la conservación del medio ambiente, y en definitiva es clave para el mantenimiento del tejido socioeconómico de las zonas rurales, así como base para la construcción de un potente sector agroalimentario en Europa.

Paradójicamente, a pesar de todo lo que ofrece a la sociedad y sus demandas, nuestro modelo de agricultura se encuentra debilitado y en decadencia, con descensos en la renta agraria, desmantelamiento de la actividad productiva en amplios sectores y territorios europeos, descensos de producción, cierre de explotaciones y pérdida de empleo, envejecimiento de los agricultores/as... Hasta ahora la política agraria no ha sido capaz de revertir este declive continuado.

En los próximos años, el modelo social y profesional de agricultura se enfrentará a nuevos desafíos y exigencias adicionales. La agricultura deberá garantizar en primer lugar el derecho a una alimentación sana para todas las personas, ante una población global creciente y mercados más volátiles, es decir, la seguridad alimentaria; en segundo lugar, esto deberá hacerlo de forma sostenible, preservando el medio ambiente, la biodiversidad, el agua, el suelo, el aire y contribuyendo a la mitigación del cambio climático (a la vez que se adapta a sus adversos efectos en la producción); en tercer lugar deberá ser más eficiente en el uso de los recursos, para lo que necesitará adaptarse y recurrir a la innovación y especialmente, en el caso de la energía, a fuentes renovables; y en cuarto lugar, deberá hacer frente a los procesos de integración de la cadena alimentaria y la implantación de



macroexplotaciones en manos de grupos de inversión que representan un modelo ajeno al social y profesional, lo que amenaza la continuidad de la explotación agraria profesional independiente.

Concretamente, resulta imprescindible abrir una reflexión profunda sobre la ordenación en determinados sectores, en relación al desmesurado tamaño de algunas explotaciones y al modelo de producción. COAG ya ha manifestado un rechazo claro al proyecto de instalación de una granja de varios miles de vacas de leche en el municipio soriano de Noviercas, algo que no se ha reflejado en los trabajos para la futura normativa de ordenación en el sector bovino.

Por tanto, el gran reto de la nueva PAC será la preservación y fortalecimiento del modelo social y profesional de agricultura mayoritario en Europa, de una agricultura con agricultores y agricultoras. Para ello, la PAC deberá seguir siendo una política común, integrada en la UE, fuerte, estructurada en dos pilares y con una financiación adecuada.

El Pacto Verde europeo

La Comisión Europea ha presentado recientemente la estrategia “De la granja a la mesa” y la estrategia de Biodiversidad, incluidas dentro del Pacto Verde Europeo. El Pacto Verde es la hoja de ruta que ha establecido el nuevo Colegio de Comisarios para lograr una economía sostenible con el fin de conseguir una Unión Europea climáticamente neutra en 2050, centrándose en impulsar un uso eficiente de los recursos mediante el paso a una economía limpia y circular y en restaurar la biodiversidad y reducir la contaminación garantizando una transición justa e inclusiva. Entre las acciones a tomar dentro del Pacto Verde, el sector agrario está especialmente pendiente de las estrategias “de la granja a la mesa” y la estrategia de biodiversidad, por sus objetivos para caminar en la senda de un modelo agroalimentario sostenible y en línea con la

economía circular, protegiendo el medio ambiente y preservando la biodiversidad.

La estrategia “de la granja a la mesa” establece como objetivos: garantizar alimentos saludables, asequibles y sostenibles para los europeos, combatir el cambio climático, proteger el medio ambiente, garantizar un rendimiento económico justo en la cadena alimentaria y reforzar la agricultura ecológica. En la estrategia de la biodiversidad el compromiso primordial para 2030 es que la biodiversidad de Europa tiene que estar en la senda de la recuperación en beneficio de las personas, el planeta, el clima y nuestra economía. También apoyará la recuperación de la naturaleza, limitará el sellado del suelo y combatirá la contaminación y las especies exóticas invasoras. Es decir, la estrategia incluye objetivos globales para proteger la biodiversidad, así como compromisos para abordar las principales causas de pérdida de biodiversidad en la UE.

En términos generales, desde COAG compartimos los objetivos de ambas estrategias con el fin de caminar en la necesaria senda de la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático. Sin embargo diferimos en la forma de abordarlos, ya que nos resulta incoherente que la UE pretenda que los agricultores y ganaderos afronten los retos de un sistema alimentario más sostenible, con el consiguiente aumento de costes que eso supone, bajo la amenaza de recortes en el presupuesto comunitario para el periodo 2021-2027 y la destructiva competencia desleal de las importaciones de terceros países. Consideramos que es imprescindible garantizar la soberanía alimentaria de Europa mediante diferentes medidas de preferencia comunitaria para así poder caminar realmente hacia un modelo agroalimentario sostenible, sin dejar atrás nuestro modelo social y profesional de agricultura.

El gran reto de la nueva PAC será la preservación y fortalecimiento del modelo social y profesional de agricultura mayoritario en Europa, de una agricultura con agricultores y agricultoras

La propuesta de Marco Financiero Plurianual (MFP) de la Comisión Europea

La Comunicación de la Comisión Europea para la nueva PAC (COM(2018) 392) persigue objetivos muy ambiciosos, a la vez que contradictorios, en relación a los requisitos ambientales, climáticos y de otra índole que deberá afrontar la producción agraria, en un marco en el que las explotaciones agrarias europeas deberán hacer frente a una competencia exterior, que en muchos casos no cumple las normativas europeas, multiplicada a través de nuevos acuerdos comerciales bilaterales (Mercosur, Australia, Nueva Zelanda). A ello se suma el desafío que supone el profundo cambio inducido en el modelo de producción por la incorporación de las nuevas tecnologías, la digitalización y la integración vertical, cada vez más evidente, dentro de la cadena agroalimentaria. Por este motivo, la propuesta de nuevo Marco Financiero Plurianual presentada en mayo de 2020, con un recorte del gasto agrario del 9% (en términos reales) y la eliminación de las políticas públicas de regulación de mercados, nos resultan inaceptables y contradictorias.

Precios constantes 2018 Miles de millones	Presupuestos UE 2014-20	Propuesta CE 2021-2027	Diferencia
Total Fondos Agrarios	383	348,3	-9,1%
FEAGA (ayudas directas PAC)	286	258,3	-9,7%
FEADER (Desarrollo Rural)	96	90	-6,3%
Peso de la PAC	35,40%	18,83%	-46,8%

Fuente: Elaboración propia sobre datos oficiales de la CE

En su propuesta de Marco Financiero Plurianual, la Comisión Europea propone un importante recorte presupuestario del gasto agrario (-9%), más acusado en el primer pilar de la PAC (-9,7%) que en desarrollo rural (-6,3%).

Pedimos al Gobierno Español que considere estratégico al sector agrario y rechace cualquier descenso del gasto agrario en el nuevo marco financiero. Debería incrementarse o en su defecto, mantenerse al menos en los niveles actuales en términos reales. Para España es vital mantener presupuestariamente la partida PAC, ya que es la única que asegura retornos de nuestra contribución al presupuesto comunitario.

Pedimos al Gobierno Español que considere estratégico al sector agrario y rechace cualquier descenso del gasto agrario en el nuevo marco financiero



es totalmente inaceptable para COAG: no puede haber recorte si hay nuevas exigencias derivadas del Pacto Verde (estrategia de la granja a la mesa y de biodiversidad). No puede haber recorte si no hay coherencia con los tratados comerciales y tenemos que competir con productos de terceros países que no cumplen ninguna de las normas europeas.

Sería realmente injusto y alarmante que la UE quisiera financiar la transición ecológica de la UE rebajando el apoyo a los hombres y mujeres del campo. Ante retos ambiciosos necesitamos presupuestos ambiciosos, el Presidente del Gobierno debe mantenerse firme ante una propuesta que evidencia la grave incoherencia e hipocresía de la UE en sus políticas. Menos apoyo a nuestros productores al tiempo que se firman acuerdos de libre comercio con terceros países, puerta de entrada de importaciones que no cumplen con los estándares de calidad, seguridad alimentaria, respeto medio ambiente y bienestar animal de la UE, y caldo de cultivo para la competencia desleal y la presión a la baja de los precios en el campo.

Los 15.000 millones € que se han destinado al desarrollo rural para cumplir las exigencias

del Pacto Verde ni siquiera elevan la partida al nivel que tiene en el período actual.

Con estas propuestas estamos poniendo en riesgo la viabilidad económica de las explotaciones agrarias y su capacidad de garantizar la seguridad alimentaria. Nuestro modelo de agricultura social y profesional es el más amenazado con este planteamiento. No queremos una agricultura sin agricultores.





EFFAT

**Federación Europea de
Sindicatos de los
sectores de la
Alimentación, la
Agricultura y el Turismo**

EFFAT es la Federación Europea de Sindicatos de los sectores de la Alimentación, la Agricultura y el Turismo resultante de una fusión concluida entre dos federaciones sindicales europeas, la ECF-UITA y la EFA, el 11 de diciembre de 2000. Como Federación Europea que representa a 120 sindicatos nacionales de 35 países europeos, EFFAT defiende los intereses de más de 22 millones de trabajadores frente a las instituciones europeas, las federaciones industriales europeas y la gestión empresarial.

EFFAT es una federación sindical europea autónoma. Como miembro de la CES, EFFAT promueve los intereses de sus miembros en todas las cuestiones interprofesionales europeas de forma conjunta y con fuerza. Como organización regional dentro de la UITA, EFFAT también defiende los intereses de sus miembros a nivel mundial y sectorial.

La crisis del COVID-19 golpea duramente a los trabajadores agroalimentarios en Europa

La EFFAT pide que se adopten medidas urgentes para mejorar sus condiciones.

La pandemia del COVID-19 es una crisis sanitaria mundial que ya está teniendo efectos devastadores en la economía mundial – tanto directamente, como a través de medidas necesarias para contener la propagación de la enfermedad. Tras el brote de Coronavirus, el sector agroalimentario europeo ha demostrado su resistencia y continúa proveyendo de alimentos de gran calidad y seguros a los europeos gracias a la espectacular dedicación de los trabajadores agroalimentarios.

Las medidas para contener y combatir la pandemia del COVID-19 tienen consecuencias inevitables para las condiciones laborales de todos los trabajadores

No obstante, los sectores están enfrentándose a dificultades y presión. Las medidas para contener y combatir la pandemia del COVID-19 tienen consecuencias inevitables para las condiciones laborales de todos los trabajadores. La Federación Europea de Sindicatos de Alimentación, Agricultura y Turismo (EFFAT) está muy preocupada por las consecuencias de la pandemia en cuanto a la salud, la seguridad, el empleo y los ingresos de los trabajadores agroalimentarios.

Debido al brote de Covid-19, se están adoptando diversas medidas a nivel de la UE, nacional, sectorial y del lugar de trabajo para proteger la salud y la seguridad de los trabajadores, salvaguardando sus empleos e ingresos. Los acuerdos a corto plazo y los planes de garantía salarial respaldados por el Estado - por los que luchan los sindicatos - junto con los préstamos y las subvenciones a las empresas, son un intento de los gobiernos de evitar que el impacto a corto plazo en la oferta se convierta en un enorme daño a largo plazo para la economía. La UE también desempeñó un papel importante con la adopción de una serie de medidas económicas por las que ha abogado la EFFAT, como la Iniciativa de Inversión en Respuesta al Coronavirus (CRII), la suspensión de las normas fiscales de la UE, la garantía presupuestaria al Banco Europeo de Inversiones, el Mecanismo Europeo de Estabilidad (MEE) y el Apoyo Temporal para mitigar los Riesgos de Desempleo en una Emergencia (SURE). Aunque estas medidas son importantes, el futuro de la UE dependerá en gran medida de la rápida adopción por el Consejo Europeo del Plan de Recuperación de la UE para Europa, que contiene una serie de instrumentos destinados a ayudar a reparar los daños económicos y sociales causados por la pandemia COVID-19 y a reiniciar la recuperación europea. Es de esperar que este enorme plan de inversión se adopte y aplique pronto. Los trabajadores europeos no pueden esperar más.

A medida que los gobiernos europeos van dando a conocer progresivamente sus planes de recuperación para impulsar sus

economías, vale la pena dar un paso atrás y arrojar luz sobre los millones de trabajadores precarios que representa la EFFAT a lo largo de la cadena de valor agroalimentaria. Algunos de ellos están entre los más expuestos a la amenaza del virus. Millones de trabajadores empleados en la agricultura y la producción de alimentos han estado trabajando diariamente al frente de esta pandemia y, de hecho, multiplicando sus esfuerzos para asegurarse de que los alimentos estén disponibles para todos durante esta emergencia. Aunque todos nos beneficiamos de su incansable e indispensable trabajo, las medidas adoptadas para proteger su salud y sus ingresos son a menudo demasiado débiles o incluso totalmente inexistentes.

La respuesta al Coronavirus es una prioridad política para la EFFAT

Desde el comienzo de la pandemia, la EFFAT ha trabajado sin descanso para apoyar a sus afiliados en 3 prioridades principales: salvaguardar la salud de los trabajadores, salvar sus empleos y proteger sus ingresos. Intensificamos nuestra presión política sobre las instituciones de la UE porque nos dimos cuenta de que esta pandemia tiene una dimensión transnacional y que la respuesta a ella no puede ser meramente nacional. Participamos en intensas negociaciones con las organizaciones de empresarios de nuestros sectores, llegando a importantes declaraciones y directrices para apoyar a los trabajadores y los sindicatos de nuestros sectores en cuestiones como la salud y la seguridad, las condiciones de trabajo de los trabajadores temporeros y el relanzamiento del sector de la hostelería.

Ayudamos a nuestros miembros en los comités de empresa europeos a encontrar soluciones para aliviar el impacto de la pandemia de COVID-19 y para asegurar que los derechos de los trabajadores a la información, la consulta y la participación se respeten siempre en caso de reestructuraciones u otras decisiones de gestión que afecten a los intereses de los trabajadores.



En toda Europa, el beneficio tangible que la negociación colectiva aporta a la vida de los trabajadores ha quedado claramente demostrado durante esta crisis del coronavirus. En los sectores y empresas que cuentan con una sólida negociación colectiva se han acordado con los empresarios medidas firmes para proteger la seguridad de los trabajadores, así como su seguridad económica. Lamentablemente, la crisis también ha arrojado luz sobre los rincones más oscuros de nuestras economías, donde los acuerdos precarios han dejado atrás a muchos trabajadores. Se ha vuelto demasiado fácil desprenderse de los trabajadores, en lugar de tratar de encontrar una solución en colaboración con ellos y sus sindicatos.

Para facilitar el intercambio y la solidaridad transfronterizos, la EFFAT creó una página web específica en la que se describen las repercusiones del COVID-19 en los sectores de la EFFAT y se comparten las mejores

El impacto de la pandemia del Coronavirus en la agricultura de la UE

A medida que la pandemia de coronavirus se extiende por toda Europa, las consecuencias para la agricultura europea también se hacen sentir. Las instituciones de la UE y los dirigentes nacionales se han comprometido a garantizar que el suministro de alimentos no se verá afectado, y se han aplicado varias medidas a corto plazo para evitar que los productos no se cosechen o se desperdicien y, en última instancia, la posible escasez de alimentos.

Si bien la pandemia ha dado lugar a elevadas cifras de desempleo en toda Europa, ha dejado a la agricultura clamando por los trabajadores. El sector agrícola europeo sigue enfrentándose a una dramática escasez de mano de obra debido a las restricciones de viaje que impiden que los trabajadores temporeros lleguen a las explotaciones agrícolas que dependen de su mano de obra



prácticas a nivel nacional, sectorial y empresarial de nuestros afiliados, así como los acuerdos gubernamentales y de los agentes sociales establecidos para hacer frente a esta emergencia.

durante el período de cosecha. Se prevé que las repercusiones en el sector serán a largo plazo. Los productores agrícolas europeos de varios Estados miembros, entre ellos

Alemania, España, Francia, Italia y Polonia, son particularmente vulnerables.

Pero lo que demuestra principalmente la falta de trabajadores en los campos es que las condiciones laborales en el sector agroalimentario han sido ignoradas durante demasiado tiempo. El sector depende en gran medida de los trabajadores migrantes, que constituyen una proporción significativa de los que recogen nuestras frutas y verduras, así como de los que envasan y procesan nuestros alimentos.

El alcance de la explotación laboral en la agricultura europea es enorme. La EFFAT estima que unos cuatro millones de trabajadores agrícolas, operan en condiciones de empleo indocumentado, de trabajo precario y de explotación, ya sea como trabajadores temporeros, jornaleros o en cualquier otra situación de inseguridad. En un número significativo de casos, las condiciones se vuelcan en las prácticas de los ganaderos y la esclavitud moderna.

Los bajos salarios y los muy bajos niveles de vida son endémicos, y los trabajadores suelen estar aislados del resto de la sociedad. Muchos de los trabajadores agrícolas migrantes -tanto los nacionales de la UE como los de terceros países- viven hacinados en alojamientos deficientes y asentamientos insalubres en los que es imposible observar el distanciamiento físico y la pandemia podría tener efectos devastadores.

La pandemia ofrece a la UE la oportunidad de revisar su Política Agrícola Común (PAC), que apoya a los agricultores de la UE y garantiza la seguridad alimentaria y el desarrollo rural de Europa. La agricultura recibe una gran parte del presupuesto de la UE, el 38%. Además, la Comisión Europea ha propuesto un apoyo adicional al sector agroalimentario debido a la pandemia. Aunque cada año la UE dedica miles de millones de euros a apoyar la agricultura, son demasiados los empresarios que no ofrecen condiciones de trabajo y empleo decentes. Si bien el apoyo a los agricultores en esta crisis es importante, inyectar más dinero en un sistema roto no lo arreglará. El sector debe asumir su responsabilidad social. Los únicos

beneficiarios del apoyo financiero de la PAC deberían ser los numerosos empresarios que proporcionan a sus empleados condiciones de trabajo decentes y un entorno de trabajo seguro.

Se debe asegurar la salud y la seguridad de los trabajadores agroalimentarios temporeros

Tras el brote de coronavirus y las restricciones fronterizas establecidas por los Estados Miembros, la Comisión Europea publicó orientaciones prácticas para que los Estados Miembros faciliten los viajes transfronterizos de los trabajadores temporeros en ocupaciones críticas para hacer frente a la escasez de mano de obra, al tiempo que se establecen todas las medidas necesarias para evitar una mayor propagación de la pandemia.

Las instituciones de la UE y los dirigentes nacionales se han comprometido a garantizar que el suministro de alimentos no se verá afectado

El 19 de junio de 2020 el Parlamento Europeo aprobó una resolución sobre los derechos de los trabajadores transfronterizos y migrantes

Se identificó a los trabajadores agroalimentarios temporeros como una categoría de trabajadores esenciales a los que no debería aplicarse la restricción temporal de los viajes no esenciales. Al mismo tiempo, se instó a los Estados Miembros a que introdujeran controles sanitarios coordinados y reforzados y a que comunicaran a los empresarios la necesidad de proporcionar una protección adecuada en materia de salud y seguridad.

Las directrices de la Unión Europea no abordan adecuadamente los desafíos a los que se enfrentan los trabajadores agroalimentarios temporeros en la crisis. Dada su situación vulnerable, es necesario garantizar a los trabajadores temporeros el acceso a medidas adecuadas de salud y seguridad y a equipo de protección, a un alojamiento decente, así como a información pertinente en su propio idioma sobre el virus y las normas aplicables en materia de empleo y seguridad social.

Debido a la falta de información sobre sus derechos y al temor de perder sus ingresos, los trabajadores temporeros pueden tener dificultades para mantenerse alejados del trabajo incluso en caso de que se sientan enfermos. Para muchos trabajadores estacionales del sector agroalimentario, su alojamiento está estrechamente relacionado con su trabajo. La pérdida de su empleo en tiempos del brote de COVID-19 no sólo constituye un riesgo de perder sus ingresos,

sino también su vivienda. Esta falta de condiciones decentes constituye un riesgo para la salud no sólo de los propios trabajadores sino también de las comunidades circundantes.

El 15 de mayo de 2020, los agentes sociales de la agricultura EFFAT y GEOPA-COPA, que representan los intereses de los trabajadores y los empresarios de la agricultura, firmaron una declaración conjunta. Esta declaración debe entenderse como una base para un futuro marco de la UE que restablezca la libre circulación, así como la aplicación de una estructura uniforme de protección de los trabajadores durante la pandemia. En la declaración se establecen las medidas detalladas que deben adoptar los empresarios para proteger a los trabajadores temporeros procedentes de otros Estados miembros de la UE y garantizar que tengan condiciones de empleo decentes y puedan acceder a su lugar de trabajo en condiciones de plena seguridad.

Gracias a la presión de la EFFAT, la Comisión se comprometió a presentar recomendaciones sobre los trabajadores temporeros en el contexto de la crisis de Covid-19. La EFFAT acoge con satisfacción esta iniciativa y espera con interés ver el texto de este documento. Al mismo tiempo, reiteramos la urgente necesidad de medidas vinculantes para proteger a los trabajadores temporeros y transfronterizos.

Resolución del Parlamento Europeo sobre los trabajadores transfronterizos

La pandemia del Covid-19 ha impulsado a los legisladores a responder finalmente a las principales cuestiones que la EFFAT y sus afiliados han venido destacando durante años. El 19 de junio de 2020 el Parlamento Europeo aprobó una resolución sobre los derechos de los trabajadores transfronterizos y migrantes, que se basa en la defensa y las



declaraciones de la EFFAT. En ella se subraya que, como parte de cualquier esfuerzo por facilitar la libre circulación de los trabajadores transfronterizos, garantizar su salud y seguridad - “durante el transporte, en la vivienda y en el lugar de trabajo” - debe seguir siendo de suma importancia.

Además, los diputados al Parlamento Europeo han escuchado las preocupaciones de la EFFAT y piden a la Comisión y a los Estados miembros que “garanticen una vivienda de calidad para los trabajadores transfronterizos y temporeros, que debería estar desvinculada de su remuneración”, así como que aceleren el buen funcionamiento de la Autoridad Laboral Europea “con carácter prioritario”. También exigen que se aplique el principio de igualdad de trato - incluso para los trabajadores temporeros de terceros países con nacionales de la Unión Europea- y el respeto de los derechos sociales fundamentales, como el acceso a los servicios públicos y el apoyo a los sindicatos.

Por último, la EFFAT se complace en observar que en la resolución “se insta a la Comisión a que se asegure de que la estrategia de la UE “de la granja a la mesa” y la próxima revisión de la PAC sirvan para los trabajadores agrícolas en Europa, incluidos los

trabajadores temporeros, migrantes y otros trabajadores móviles”.

Señales contradictorias del sector europeo de alimentación y bebidas

La situación en el sector de la alimentación y las bebidas ha sido muy exigente durante la pandemia de COVID-19. El pánico en las compras y el almacenamiento de alimentos por parte de los consumidores y las respuestas de las políticas nacionales relacionadas con el comercio a la pandemia crearon un aumento a corto plazo de las ventas de bienes de consumo, que se vio compensado por una demanda débil de los sectores de la hostelería.

Esto ha tenido un efecto dominó en toda la cadena de valor, ya que este sector es una importante salida para la industria de alimentos y bebidas, ya que los consumidores gastan alrededor del 30% de sus ingresos en productos alimenticios y bebidas. Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) constituyen el 99% del sector y son las que más sienten los efectos del Covid-19. Sin el apoyo de las autoridades, muchas PYMES quebrarán, con muchos puestos de trabajo en juego. Las grandes empresas transnacionales

han sido más resistentes durante la crisis, aunque el cierre del sector de la hostelería ha tenido un gran impacto en algunas de ellas. En los próximos meses, el fomento de la confianza de los consumidores y de la demanda en los sectores de la hostelería será crucial para la recuperación de Europa.

A medida que la emergencia de COVID-19 se fue extendiendo por toda Europa, la EFFAT unió sus fuerzas con sus agentes sociales del sector de la alimentación y las bebidas para presentar posiciones comunes a fin de exigir a las autoridades nacionales y europeas medidas de apoyo y protección para garantizar la seguridad alimentaria de la Unión Europea.

Los agentes sociales también publicaron directrices conjuntas sobre cómo proteger la salud y la seguridad de los trabajadores de las empresas alimentarias durante la pandemia de COVID-19. Esto era necesario, ya que las pruebas demostraban que muchas empresas no estaban aplicando protocolos de precaución, a veces incluso desafiando las medidas adoptadas por las autoridades nacionales. Esta falta de cumplimiento estaba generando inseguridad, estrés y a menudo pánico entre los trabajadores, además de los temores generalizados por la pérdida de su empleo.

La industria cárnica de la Unión Europea está compuesta por casi un millón de trabajadores y más de 32.000 empresas

El sector europeo de la alimentación y las bebidas se enfrenta a incertidumbres. Muchos puestos de trabajo han sido protegidos mediante acuerdos de jornada reducida y planes estatales de compensación

salarial. Sin embargo, estos planes son por naturaleza limitados en el tiempo. Es crucial que todos los gobiernos europeos sigan aplicando estos planes asegurándose de que todos los trabajadores estén cubiertos, también aquellos con una forma de empleo precaria. Al mismo tiempo, el diálogo social, la negociación colectiva y los derechos de información, consulta y participación serán nuestras herramientas más fuertes para hacer frente a las consecuencias de esta crisis.

El sector cárnico ha sido golpeado fuertemente por el virus

En varios países de Europa se están produciendo brotes de Covid-19 en mataderos y empresas de procesamiento de carne. Las razones por las que las plantas de procesamiento de carne se convirtieron en vectores de la propagación del Covid-19 se encuentran en las deficientes condiciones de trabajo, empleo y vivienda que afectan a miles de trabajadores de la carne en muchos países de Europa.

La EFFAT y sus afiliados han denunciado la realidad del sector a las instituciones de la UE y a los gobiernos nacionales en múltiples ocasiones durante los últimos años. Aunque se ha considerado que los trabajadores de la carne son esenciales y no cesaron su actividad durante la pandemia, las pruebas demuestran que a menudo faltaban medidas de precaución para protegerlos de ser infectados por el virus.

La industria cárnica de la Unión Europea está compuesta por casi un millón de trabajadores y más de 32.000 empresas. El sector en Europa se ha caracterizado durante decenios

por el dumping social, así como por una competencia agresiva tanto a nivel nacional como transfronterizo, lo que ha dado lugar a una carrera a la baja en los salarios y las condiciones de trabajo.

El sector cárnico es una industria fragmentada y que requiere mucha mano de obra, con un exceso de capacidad y, por consiguiente, bajo la presión de los costes por parte de clientes poderosos, que tienen acceso al producto importado y pueden ejercer presión con respecto al costo. Los márgenes son normalmente bajos y volátiles.

En la mayoría de los países, los grandes mataderos tienen la mayor cuota de mercado, o están creciendo rápidamente, y la concentración varía en la fase de sacrificio. En este contexto, los empresarios adoptan estrategias que afectan a los trabajadores de diversas maneras: aumentar la velocidad de las líneas, impulsar acuerdos laborales flexibles, reducir los salarios y las normas laborales y hacer un mayor uso de los trabajadores precarios.

Identificando elementos comunes en los casos de explotación que nuestros afiliados han identificado, surgen los siguientes: La inseguridad laboral, los bajos salarios y las largas jornadas de trabajo son a menudo la norma para muchos trabajadores de la carne. Las condiciones de trabajo explotadoras, el hacinamiento en los alojamientos, las jornadas laborales de hasta 16 horas, los bajos salarios, las deducciones salariales ilegales y la inseguridad laboral son algunas de las injusticias a las que se enfrentan los trabajadores de la carne en Europa. El sector depende en gran medida de los trabajadores migrantes y transfronterizos tanto de la UE como de terceros países. Ya sea que estén empleados mediante prácticas de subcontratación abusivas, como trabajadores de agencias de empleo temporal, trabajadores desplazados u obligados a aceptar la condición de (falsos) autónomos, las condiciones de trabajo, vivienda y empleo de una gran proporción de los trabajadores de la carne son sencillamente deplorables, tanto causa como síntoma de la explotación,



el dumping social y la competencia desleal en toda Europa.

En un reciente informe de la EFFAT se describe la situación del sector en relación con el Covid-19 en toda Europa. También se ofrece un panorama general de los acuerdos laborales y las prácticas comerciales que aplican las empresas cárnicas para reducir los costos y eludir la responsabilidad de los empresarios. En conjunto, el informe presenta un panorama sombrío de un sector que necesita una reforma urgente y seria. Los trabajadores del sector cárnico han demostrado una dedicación asombrosa a su trabajo durante la pandemia de Covid-19, exponiéndose al riesgo de contagio debido a la frecuente falta de medidas eficaces de protección de la salud. Ha llegado el momento de ofrecer soluciones a largo plazo para mejorar sus condiciones y poner fin a todas las formas de explotación laboral en el sector de la carne.

Conclusiones y recomendaciones

La pandemia de COVID-19 ha puesto de relieve la importancia de un sistema alimentario robusto y resistente que funcione en todas las circunstancias y pueda garantizar el acceso de los ciudadanos a un suministro suficiente de alimentos asequibles. La precariedad económica y social alimenta la propagación del Coronavirus y, cuando la contención de la propagación del virus es primordial, ningún trabajador debe verse obligado a elegir entre renunciar a un salario o continuar con el trabajo a riesgo de exposición personal y propagar el riesgo a otros.

Los brotes del Covid-19 deben ser un toque de atención para que las instituciones de la UE pongan fin a la explotación laboral y a los problemas estructurales que afectan a los sectores agroalimentarios desde hace años. La EFFAT pide que se adopten medidas concretas y urgentes, incluidas medidas vinculantes, tanto a nivel nacional como de la UE.





Se necesitan iniciativas de la UE específicamente para hacer frente al dumping social y garantizar unas condiciones de vida dignas para todos los trabajadores del sector agroalimentario.

Los principios fundamentales consagrados en el pilar europeo de derechos sociales deben ser respetados en cualquier medida que se adopte para hacer frente al riesgo de escasez de mano de obra en sectores esenciales como el agroalimentario. Las consideraciones relativas a la protección social de los trabajadores, las condiciones de trabajo y de vivienda, así como la protección de la salud y la seguridad, desempeñarán un papel importante en la construcción de sistemas alimentarios justos, sólidos y sostenibles.

La EFFAT exige que la Unión Europea aplique las siguientes medidas para mejorar las condiciones de los trabajadores del sector agroalimentario:

- Hacer que los pagos de la PAC a los agricultores estén condicionados al respeto de las condiciones de trabajo

La pandemia de COVID-19 ha puesto de relieve la importancia de un sistema alimentario robusto y resistente

aplicables resultantes de los convenios colectivos pertinentes, así como de la legislación social y laboral nacional y de la UE y de los convenios fundamentales de la OIT

- Aplicación de un ambicioso instrumento jurídicamente vinculante que garantice la responsabilidad conjunta y solidaria (cadena) en toda la cadena de subcontratación. La iniciativa también

debería tener por objeto impulsar la negociación colectiva y luchar contra el dumping salarial. Debería exigirse a los Estados Miembros que se aseguren de que todos los trabajadores empleados en el mismo lugar de trabajo y que participan en la misma actividad o el mismo ciclo de producción disfruten de las mismas condiciones de trabajo y estén cubiertos por el mismo convenio colectivo.

- Aplicación del instrumento jurídicamente vinculante de la Unión Europea que garantice una vivienda digna a todos los trabajadores transfronterizos, temporeros y migrantes. Debería establecerse un límite de precios para el alojamiento de los trabajadores. Las condiciones de vivienda deben garantizar un nivel de vida decente según criterios claros. El tamaño de la vivienda debe garantizar el distanciamiento social. Las disposiciones relativas a la vivienda están incluidas en el marco jurídico que regula el desplazamiento de los trabajadores o el empleo de trabajadores temporeros nacionales de terceros países. Sin embargo, la provisión de vivienda decente no figura actualmente en el

marco jurídico aplicable de la Unión Europea que abarca a los trabajadores transfronterizos, temporeros y migrantes que se desplazan por Europa en el marco de la libre circulación de trabajadores de la Unión Europea.

- El Covid-19 debe ser reconocido por la Comisión como una enfermedad ocupacional. Los trabajadores agroalimentarios son parte de esos millones de trabajadores que siguieron trabajando duro para mantener la sociedad funcionando. Necesitan el reconocimiento oficial del Covid-19 como una enfermedad ocupacional. Se debe exigir a los gobiernos que informen y registren los casos relacionados con el trabajo. Es necesario establecer planes de indemnización para cubrir a las víctimas de la enfermedad de Covid-19 relacionada con el trabajo y a sus familias.





**Mauricio García de
Quevedo**

**Director general de la
Federación Española de
Industrias de la
Alimentación y Bebidas
(FIAB)**

En octubre de 2014 Mauricio García de Quevedo fue nombrado Director General de la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB). Actualmente, Presidente de la Plataforma Food for Life Spain.

Tiene una amplia experiencia en entornos corporativos, ámbito asociativo y dirección de empresas, ha trabajado en el ámbito de la dirección empresarial, así como en el área comercial y de ventas. Ha sido director general de Kellogg Company y Elizabeth Arden para España y Portugal. Asimismo, ha sido responsable comercial y de ventas en compañías como Colgate, Seagram, Rives Pitman y Carrefour.

En el ámbito asociativo, ha sido presidente de la Asociación Española de Fabricantes de Cereales (CEREAL) y de la asociación europea (CEEREAL). También ha sido miembro de Promarca, Autocontrol y la Asociación Multisectorial de Empresas de Alimentación y Bebidas (AME).

Los alimentos y bebidas ante el COVID-19: una industria imprescindible

En un momento donde nuestros ritmos cotidianos se han visto obligados a la paralización casi absoluta, hemos vuelto la mirada hacia aquellos sectores que de forma silenciosa trabajan día a día para garantizar bienestar a los ciudadanos, y que han sido determinantes para ofrecer seguridad en los momentos más duros de los últimos meses.

La crisis del coronavirus ha evidenciado aún más que somos un sector estratégico e imprescindible. La pandemia ha desatado una nefasta crisis social y económica, pero, sobre todo, humanitaria. En esta situación tan difícil, la industria de alimentación y bebidas asumió el compromiso de garantizar el abastecimiento a pesar de las complicadas circunstancias, mostrando de esta manera su vocación de servicio como facilitadores de un producto vital. Durante las semanas que ha durado el confinamiento, los consumidores han podido disponer de la habitual oferta de productos seguros y de calidad en sus puntos

La industria de alimentación y bebidas asumió el compromiso de garantizar el abastecimiento a pesar de las complicadas circunstancias

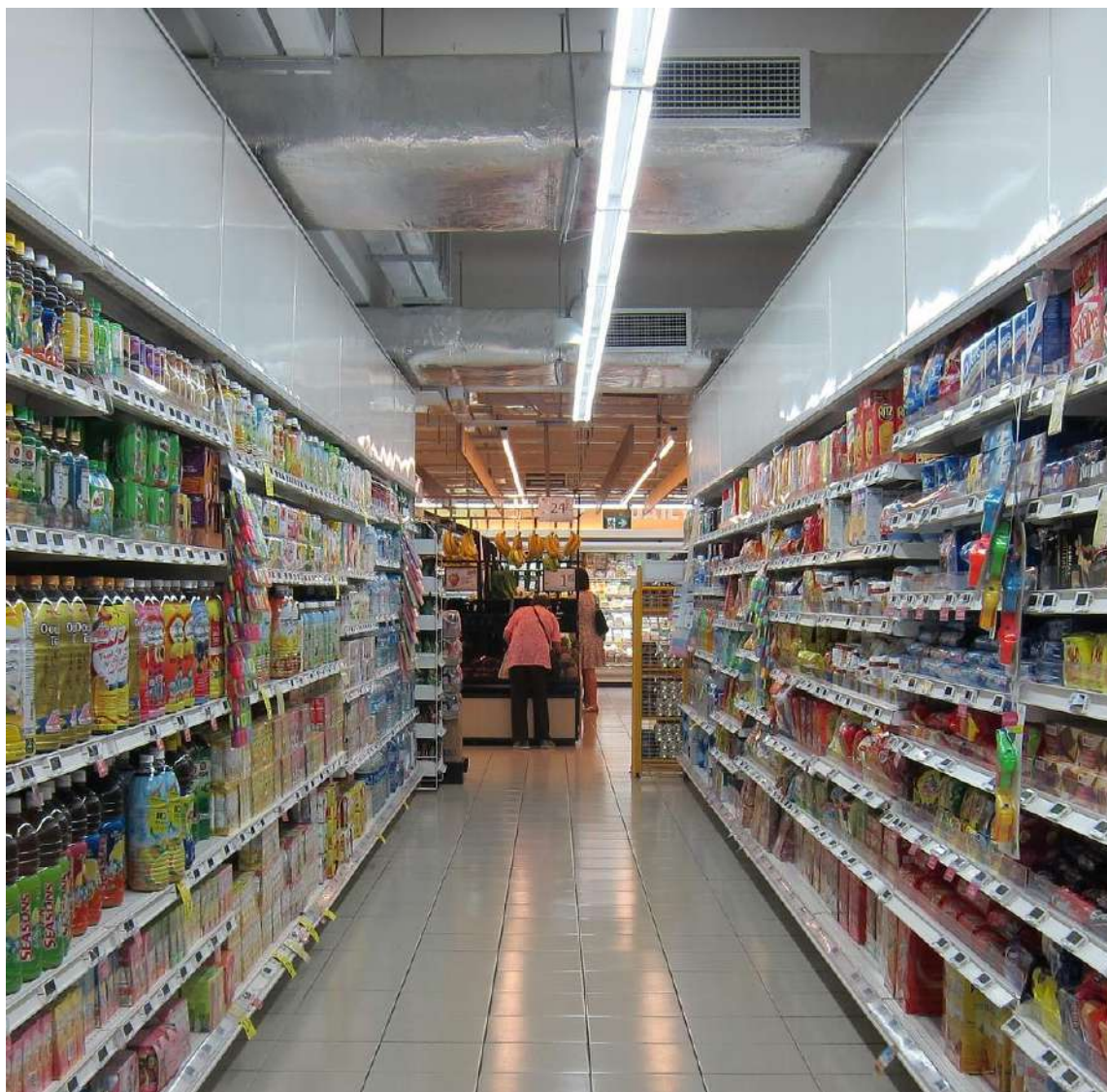
de distribución, puesto que el sector no ha parado su actividad.

Pero toda esta labor no hubiera sido posible sin la implicación de toda la cadena alimentaria en su conjunto. La organización y coordinación de cada uno de los eslabones, - productores, transformadores, transporte, distribución y el resto de los sectores auxiliares que prestan sus servicios a esta actividad-, han dado muestra de la fortaleza y resiliencia de este sector.

Esta ha sido la principal responsabilidad que hemos abordado cada uno de los trabajadores y trabajadoras de la industria de alimentación y bebidas. Cientos de miles de personas que con una actitud ejemplar han acudido cada día a los centros de producción, compartiendo el encargo de que cada hogar español disponga de todos los productos necesarios. La crisis sanitaria ha contribuido a que cada una de las personas que forman parte de la industria de alimentación y bebidas sea, si cabe, más valorada. Nos sentimos gratamente orgullosos y consideramos que los ciudadanos han valorado este esfuerzo, reconociendo la entrega en un momento de gran incertidumbre y estrés.

Tanto empresarios como asociaciones sindicales consideramos que era necesario el apoyo de las autoridades para continuar realizando una labor que es estratégica y solicitamos al Gobierno el reconocimiento del papel esencial de las personas trabajadoras del sector, contar con protocolos armonizados, medidas para el abastecimiento de Equipos de Protección Individual y el apoyo a las empresas y personas trabajadoras con la aplicación de medidas de emergencia globales para mantener los puestos de trabajo y, en definitiva, la sostenibilidad del sector y de la economía española.

Como representantes de las industrias españolas de alimentación y bebidas, entendimos que el principal objetivo era la



continuidad de la actividad para lo cual era necesario una rápida reacción en la protección de la salud de todos los trabajadores, tanto en los centros de producción como en las relaciones con el resto de eslabones de la cadena alimentaria y de las industrias auxiliares. La Comisión de Asuntos Laborales de la Industria de Alimentación y Bebidas, que integran FIAB, UGT FICA y CCOO-INDUSTRIA, asumimos de manera responsable esta tarea y elaboramos un Protocolo Guía de Buenas Prácticas de Protección y Prevención Laboral para los trabajadores del sector.

Este documento fue remitido tanto al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, así como al de Industria, Comercio y Turismo, atendiendo las indicaciones que marcaban las autoridades

sanitarias. Entre otros aspectos, el Protocolo contempla medidas en la gestión de entrada y salida de empleados y proveedores, de limpieza y desinfección de las empresas, precauciones de higiene personal y equipos de protección, o la gestión de espacios comunes y reorganización del trabajo a todos los niveles de producción. Gracias a esta respuesta, las empresas han contado con un modus operandi que imprimía certidumbre a la actividad, y seguridad y tranquilidad para todos los empleados.

La respuesta del sector ha sido rápida, ejemplar y muy valorada por el conjunto de la sociedad. Sin embargo, como primer sector industrial del país, los efectos económicos y



sociales que han seguido a la crisis sanitaria han alcanzado también a nuestro sector. La contribución de la industria de alimentación y bebidas va más allá de la aportación directa de sus empresas, ya que este es un sector que mantiene una fuerte vinculación con otros sectores económicos. El cierre de la hostelería, la paralización del turismo y su efecto en el consumo, junto a las dificultades en las exportaciones derivadas de la pandemia, las políticas arancelarias y la incertidumbre del Brexit, han dibujado un escenario muy negativo para este ejercicio.

Según estimaciones de la Federación, podrían ponerse en peligro entre 4.000 y 11.000 puestos de trabajo de manera directa y la supervivencia de aproximadamente 800 empresas, en su gran mayoría pymes. También podría suponer la pérdida de hasta 10.000 millones de euros en producción y caídas de entre un 6% y un 11% en las exportaciones.

Dada la trascendencia y peso que suponen los alimentos y bebidas en España, esta industria se ha implicado directamente en el proceso de desescalada aportando al Gobierno un Plan de Competitividad con una serie de propuestas que tienen como objetivo reactivar la actividad y minimizar el impacto que deja el coronavirus.

De este modo, hemos considerado el trabajo en seis áreas fundamentales. Desde el ámbito económico y fiscal, garantizar liquidez para las empresas. Medidas de competitividad y sostenibilidad industrial, promoviendo la unidad de mercado desechando medidas impositivas que retraigan el consumo y favoreciendo regulaciones abordables hacia el desarrollo sostenible de las empresas. Además, es necesario el apoyo a la exportación, fomentando la cooperación frente a las políticas arancelarias de terceros países y la fluidez a nivel logístico. Incentivar el consumo e impulsar el trinomio alimentación-gastronomía-turismo para la

recuperación de la confianza de los ciudadanos, la atracción del turismo y el apoyo a la hostelería para su completa reapertura en condiciones de seguridad. También, estimular la inversión en I+D+i como base de actuación para el futuro próximo.

Finalmente, fomentar y proteger el empleo, con ERTES más flexibles que permitan recuperar a los trabajadores garantizando siempre su seguridad. Actualmente, tanto FIAB como los agentes sociales están implicados en la petición de prolongar los ERTE y las medidas de apoyo financieras hasta finales de 2020 o, al menos, hasta que desaparezcan las actuales circunstancias provocadas por la crisis y que está teniendo gran impacto en las empresas de alimentación y bebidas.

Junto con AECOC y Hostelería de España, FIAB también se ha implicado en la elaboración de guías para impulsar de nuevo la actividad de bares y restaurantes. El ambicioso proyecto de la Plataforma #JuntosPorlaHostelería incluye diversas recomendaciones y propuestas para incentivar la apertura segura de estos locales, primando la seguridad de trabajadores y clientes, y que incluye además la relación con sus fuentes de suministro. Además, se ha puesto en marcha iniciativas como cursos online de soluciones digitales para fortalecer los negocios y de gestión de la comunicación con clientes, y una fuerte labor de comunicación para devolver a los consumidores la confianza hacia estos establecimientos, reivindicando la función que cumple la hostelería dentro nuestra cultura como una ventana gastronómica.

Esta pandemia ha terminado por alcanzar a todos los sectores económicos, en prácticamente todos los rincones del mundo. La envergadura de esta situación y sus efectos negativos han hecho que las empresas vuelvan a repensar su cultura de trabajo y su estructura organizativa y operativa. Hay protocolos que probablemente han venido para quedarse en la nueva normalidad, y que imperativamente pasan por garantizar sobre todo la integridad y la seguridad de sus trabajadores.

El ambicioso proyecto de la Plataforma

#JuntosPorlaHostelería incluye diversas recomendaciones y propuestas para incentivar la apertura segura

Se han impuesto nuevos retos a los que la industria en general debe atender para evitar la vulnerabilidad en este tipo de trances. Avanzar con mayor rapidez en la incorporación de las herramientas propias de la digitalización y la industria 4.0, fomentar la I+D+i para permitir una rápida adaptación de la cadena de producción y aprovisionamiento, así como incorporar el factor sostenibilidad en todas las áreas de negocio, son algunos de los principales desafíos.

Además, se han instalado con mayor fuerza nuevos hábitos, preocupaciones e intereses de los consumidores que nos obligan a ser más flexibles en nuestras prestaciones, como afrontar la omnicanalidad, el delivery, el e-commerce y seguir apostando por uno de nuestros valores por los que somos reconocidos, una oferta amplia, de calidad y segura para todos los tipos de consumidor.

Debemos mencionar también la importante labor solidaria que han prestado diferentes empresas, trabajadores y asociaciones sectoriales en los momentos más difíciles. A lo largo de estas semanas se han realizado múltiples donaciones desinteresadas a centros sanitarios, hoteles medicalizados, bancos de alimentos, ONG y otras entidades. También es destacable la iniciativa de aquellas empresas que, no habiendo podido operar plenamente dada la dependencia de su producto a canales de venta que se han visto cerrados en las primeras semanas del estado de alarma, se han volcado con la sociedad y adaptaron sus infraestructuras

para producir material sanitario que en esos momentos más necesitaba el sistema sanitario español.

En 2019 el sector cerró un ejercicio muy positivo con una producción cercana a los 120.000 millones de euros, más de 30.000 empresas presentes en todo el territorio nacional y más de 32.000 millones de euros en exportaciones. Justo en un momento donde el sector venía reforzando su peso estratégico en España, en Europa y en el mundo, esta crisis nos ha devuelto a un escenario más complicado que al que asistimos en 2008. Entonces, los alimentos y bebidas se situaron como un sector tractor, capaz de liderar la recuperación socioeconómica tras los duros años de crisis. Y aunque la previsión para la economía española se vislumbra muy severa, con una fuerte caída del PIB, la industria de alimentación y bebidas de nuestro país vuelve

Tenemos la capacidad de generar riqueza en cada localidad de nuestro país, podríamos incluso decir que hay casi una empresa del sector en cada ciudad y pueblo de España. La nuestra es una actividad muy arraigada al territorio, y contribuimos de manera directa a la fijación de población, un valor especialmente importante para la estabilidad de los núcleos rurales, de nuestra España vaciada.

Somos un sector transparente y comprometido con la promoción de estilos saludables, con la seguridad, la calidad, la innovación, la sostenibilidad y el desarrollo de la riqueza y la cultura de nuestro país. Todo esto es posible por la dedicación y esfuerzo de los cientos de miles de trabajadores y de empresarios que contribuyen a afianzar la industria de alimentación y bebidas como sector esencial para España.



a reivindicar de nuevo su capacidad para ejercer de nuevo como motor de la recuperación. Una labor que no es posible sin el medio millón de personas que forman esta familia.



Jesús Domingo

**Director general
Personas y Organización
de MAHOU SAN MIGUEL**

Un futuro lleno de incertidumbres, pero también de grandes oportunidades para nuestro sector

La crisis del COVID-19 nos ha enfrentado al mayor reto sanitario, económico y social del último siglo y lo ha hecho de manera sincrónica en todo el mundo. La pandemia ha llegado para transformarlo todo en nuestras vidas: la forma de trabajar, de consumir, de relacionarnos y parece que poco o nada volverá a ser como antes. A ello, tenemos que sumar que esta crisis nos deja un marco macroeconómico complejo, donde la incertidumbre es la única certeza: no podemos dar nada por sentado.

La pandemia nos ha obligado a priorizar y a identificar lo que verdaderamente es importante. En Mahou San Miguel mantuvimos firme nuestro compromiso con las personas y, por ello, destinamos nuestros recursos a la protección de los puestos de trabajo de nuestros profesionales y el apoyo al sector Hostelero, un pilar sustancial para nuestro negocio y también para la economía de nuestro país, dado que el sector facturó en 2019 123.000 millones y representó el 6% del PIB.

En este contexto, el compromiso de nuestros accionistas con salvaguardar el empleo de las personas que conforman Mahou San Miguel fue firme en todo momento. Del mismo modo, aseguramos también la seguridad de nuestros trabajadores, en tanto que tomamos desde el inicio medidas preventivas para evitar la propagación del virus, proteger la salud de nuestro equipo y de la sociedad en general, al mismo tiempo que garantizamos el suministro a nuestros clientes. Todos los profesionales que, por las características de su puesto laboral, podían teletrabajar estuvieron en casa desde antes incluso de la

declaración del Estado de Alerta, y les ayudamos a gestionar la situación de la mejor forma posible, también en sus hogares y entornos familiares.

Esa vocación de promover la calidad en el empleo y garantizar estabilidad a nuestros profesionales se traslada también fuera de la Compañía, más en un momento crucial como el que vivimos. Somos conscientes de que tenemos un papel determinante en la reactivación de la economía de nuestro país. Por ello, desde el inicio de la pandemia trabajamos codo con codo con los Hosteleros para ayudarles a reactivar sus negocios.

En Mahou San Miguel desarrollamos un Plan Global de Apoyo a la Hostelería 360º, enfocado a consumidores, distribuidores y hosteleros, tanto durante el periodo de confinamiento como en la vuelta gradual a la actividad. La piedra angular de esta hoja de ruta es la aportación extraordinaria de producto que supone para los hosteleros una facturación estimada en 75 millones de euros. Este plan se complementó además con otras acciones dirigidas a mantener la cercanía con nuestros clientes, proporcionarles asesoramiento, ayudarles a ahorrar costes y generar tráfico a sus negocios, entre otras.

Para acompañar la reapertura de los locales, desde nuestra Compañía pusimos en marcha un plan específico para promover la ampliación de las terrazas. Concretamente en Madrid, hemos triplicado nuestra inversión en este ámbito, destinando 2,6 millones de euros a la oferta de mobiliario exterior más versátil y adecuado a la situación actual a más de 10.000 clientes de la capital.

Todo ello, como parte de un compromiso con la hostelería que se materializó en nuestro lema #SomosFamilia, que cobra toda su

En Mahou San Miguel mantuvimos firme nuestro compromiso con las personas y, por ello, destinamos nuestros recursos a la protección de los puestos de trabajo



ese concepto no solo a todos los que formamos parte de Mahou San Miguel sino también a nuestros clientes, socios, proveedores,... En definitiva, a todos los que nos ayudan a que nuestros productos lleguen a su destino y puedan ser disfrutados por los consumidores. Por primera vez en la historia de nuestra Compañía, nuestras cuatro marcas icónicas (Mahou, San Miguel, Alhambra y Solán de Cabras) se han unido en una campaña para compartir con los consumidores ese objetivo común que es recuperar nuestro estilo de vida.

El COVID-19 nos ha transformado como sociedad. Las emociones ganan terreno y las expectativas de las personas hacia las compañías y las marcas ha evolucionado: esperan una actuación en la sociedad decidida, que vaya mucho más allá del producto y de una relación transaccional. Por eso, el propósito de las marcas toma más sentido que nunca. Las compañías y las marcas tenemos una oportunidad, y debemos redefinir nuestro papel, siendo mucho más activas para convertirnos en parte de la solución a los graves problemas que están por llegar: debemos ayudar a las

personas a construir y a adaptarse a la nueva realidad pos-COVID.

Esta máxima es la que debe guiarnos en la recuperación. Todavía es pronto para ver el impacto real de esta crisis y dibujar cómo será el futuro de ahora en adelante. Lo que sí tenemos claro es que las grandes disrupciones traen consigo también grandes oportunidades. Tenemos la oportunidad de reinventarnos y repensar qué futuro país queremos ser, donde la innovación, la digitalización y la sostenibilidad han de ser las principales palancas de la vuelta a la normalidad.

Hacia una etapa de cambios

En los últimos meses, hemos visto como la crisis ha servido de acelerador de muchas tendencias. En digitalización, los expertos coinciden en que en tres meses en nuestro país hemos avanzado lo equivalente a 10 años. Tecnologías como la impresión 3D, la inteligencia artificial o el blockchain han sido imprescindibles para responder a la amenaza del COVID-19 desde una nueva perspectiva, en el que la tecnología nos ha ayudado a



establecer modelos predictivos y a desarrollar tecnología en los peores momentos. Del mismo modo, la resiliencia de las redes ha permitido que pudiésemos teletrabajar, realizar compras, almacenar datos en la nube y disfrutar del ocio virtual sin sufrir cortes en ningún momento.

Nuestros hábitos de consumo también han cambiado durante este confinamiento y lo seguirán haciendo en los próximos meses. Según un informe de EY, el 60% de los españoles cambiará sus hábitos tras la crisis sanitaria. Por ello, la capacidad y la celeridad de adaptación a los cambios de las compañías serán claves en este nuevo entorno. El confinamiento ha hecho que el consumidor sea más digital, emocional y exigente, especialmente con el impacto de su actividad y la de las compañías en el entorno.

Desde el punto de vista de la sostenibilidad, el concepto ha evolucionado más allá de las preocupaciones medioambientales para adquirir un enfoque holístico que apunta a crear valor social, medioambiental y económico. El desperdicio de alimentos, el bienestar animal, la seguridad alimentaria y el compromiso con el medioambiente se afianzarán como prioritarias en nuestro día a día y nuestras compañías deben tenerlas más en cuenta que nunca.

En este sentido, en Mahou San Miguel ya habíamos dado pasos importantes antes de la pandemia: en febrero anunciamos que retirábamos las anillas y envoltorios de los envases de varias marcas como Mahou, Alhambra o San Miguel, sustituyéndolos por cartón biodegradable. Desde agosto, estas cervezas se encuentran ya en los establecimientos de alimentación. Nos convertimos en la primera cervecera en implantar esta medida de forma integral en algunas de nuestras marcas y con ello eliminaremos más de 90.000 kilos de plástico al año.

Nunca habíamos experimentado un cambio social de forma tan abrupta, un hecho que hubiera sido imposible sin esa digitalización en terrenos como el comercio electrónico. Durante esta crisis, el consumidor ha evolucionado, siendo mucho más permeable

Por primera vez en la historia de nuestra Compañía, nuestras cuatro marcas icónicas se han unido en una campaña para compartir con los consumidores ese objetivo común que es recuperar nuestro estilo de vida

a la compra online y adaptando sus hábitos de consumo a una situación tan excepcional como el aislamiento. Las compras de ecommerce durante estos tres meses en los productos de alimentación y moda crecieron de manera muy significativa durante el confinamiento. El incremento más relevante se produjo en los grupos de edad que no eran compradores habituales a través de estos canales, los mayores de 60, demostrando que la tecnología se ha incorporado prácticamente en todos los segmentos y clases sociales y enviando a las compañías un mensaje claro: el futuro ya está aquí y es digital.

El reto del teletrabajo

Si algo ha traído la crisis derivada del COVID-19 es una nueva forma de trabajar y de atender a las necesidades de los profesionales.



El confinamiento hizo que en pocos días tuviésemos que adaptar todos nuestros equipos al teletrabajo en tiempo récord, anteponiendo su salud y seguridad a cualquier otra prioridad, y garantizando su bienestar y conciliación familiar en esta nueva situación. Los datos reflejan que en nuestro país antes del confinamiento muy pocos empleados trabajaban de esta forma, sólo un 4,8% de los ocupados en 2019, frente al 34% en las primeras semanas de confinamiento, según datos de IvieLab, el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas.

El equipo de Personas se volcó desde el primer día por estar lo más cerca posible de los empleados y adecuarse a la nueva situación de teletrabajo

En el caso de Mahou San Miguel, como en el de muchas empresas del sector Alimentación, sumábamos la peculiaridad de que nuestra actividad se consideraba esencial para garantizar el abastecimiento. Por ello, todos los profesionales que, por las características de su puesto de trabajo, podían teletrabajar lo hicieron incluso antes del decreto que instauró el Estado de Alarma. Para los compañeros de producción que tuvieron que seguir desempeñando sus funciones, así como repartidores y transportistas pusimos en marcha medidas para garantizar su seguridad en todo momento.

Estos meses han supuesto un gran aprendizaje para todos, en materia de gestión de equipos y comunicaciones. La máxima que nos guio en todo momento fue la de poner a las personas en el centro de nuestra estrategia. Solo de esta forma pudimos responder de manera transversal a los problemas desde el inicio de la pandemia. La comunicación interna -que en nuestro caso fue constante y planificada con los empleados- se convirtió en un pilar fundamental, como en la mayoría de las empresas, para transmitir informaciones, recomendaciones, bienestar físico y

emocional, herramientas de motivación y alternativas de formación digital.

En este sentido, el equipo de Personas se volcó desde el primer día por estar lo más cerca posible de los empleados y adecuarse a la nueva situación de teletrabajo. Durante la pandemia, hemos atendido más de 200 consultas de salud en el teléfono 24 horas que habilitamos a finales de febrero para atender las preguntas y necesidades de los profesionales y se han gestionado y atendido más de 570 consultas relativas a temas de conciliación, teletrabajo y organización a través del correo electrónico. Pero todo el esfuerzo, no sería posible sin el compromiso que demuestran cada día los 4.000 profesionales que conforman Mahou San Miguel, el talento que demuestran en cada uno de sus proyectos y que ahora más que nunca tenemos que seguir fortaleciendo. La ola de solidaridad que se generó durante el confinamiento y el compromiso de nuestro equipo fue todo un ejemplo. Cada día veíamos pequeños gestos de los profesionales para ayudar a sus compañeros, lo que nos pone ante una nueva era en el campo de las personas. En el futuro, las compañías tendremos que canalizar el compromiso que han demostrado y reforzarlo, tanto con una cultura corporativa que refleje la fortaleza de nuestro equipo como respondiendo a nuevas necesidades que, sin duda, van a aflorar en los próximos años.

En este nuevo entorno, la comunicación constante será fundamental para mantener el vínculo con los profesionales y que todos seamos capaces de afrontar un reto común. En nuestro caso, durante el Estado de Alarma la Dirección General de nuestra compañía, en aras de una transparencia absoluta ha mantenido a los profesionales informados continuamente de las decisiones de negocio que se iban tomando en los órganos de Gobierno, además de sus mensajes regulares de reconocimiento y ánimo a todos los empleados, que creemos también han sido fundamentales en los momentos más duros que hemos vivido a raíz de esta pandemia.



De nuevo, no podemos dejar de mencionar a las nuevas tecnologías y el papel que han desempeñado en la transformación del trabajo y de los equipos. En los últimos años habíamos hecho un gran esfuerzo en aunar digitalización -uno de los ejes estratégicos de nuestra compañía- con la conciliación y el bienestar de los profesionales. El 50% de nuestra plantilla estaba ya adherida a la modalidad del teletrabajo y gozaban de sus facilidades. En los últimos meses, reforzamos también herramientas propias del teletrabajo que nos ayudaron a sobrellevar mejor esta nueva realidad. Sin duda, sería muy difícil imaginarnos en la gestión de esta pandemia tanto desde las compañías como la propia Administración sin contar con la comunicación y la instantaneidad que ha permitido la tecnología.

**Nuevas estructuras de trabajo:
anticipándonos al futuro**

Como con casi todos los aspectos de nuestra vida personal y profesional, el COVID-19 cambió radicalmente nuestra forma de trabajar, nos situó ante una nueva situación laboral que dispuso las dudas en torno a las oportunidades del teletrabajo, manteniendo la actividad, con muy pocas incidencias, y demostrando que los avances y esfuerzos en esta materia en los últimos años habían merecido la pena.

Las compañías tenemos el deber de seguir avanzando e innovando para hacer frente a los nuevos desafíos que se puedan plantear. El teletrabajo ha venido para quedarse: una reciente encuesta de la consultora Hays revelaba a finales de junio que más de la mitad (64%) de los empleados continuaba teletrabajando. En este nuevo escenario, necesitamos un compromiso por parte de todos para que el teletrabajo se dé en las condiciones más óptimas para el bienestar y la conciliación de nuestros profesionales.

Sin duda el bienestar y la conciliación son dos de los retos más inmediatos que nos plantea el nuevo escenario. Conseguir el equilibrio entre la vida profesional y la personal es uno de los desafíos del futuro en un entorno que se ha acelerado más con el COVID-19 y el teletrabajo. Por ello, en Mahou San Miguel venimos trabajando desde hace años de forma decidida en esta dirección, incorporando medidas para garantizar la efectividad de la jornada, dando pautas para que los profesionales puedan incorporar nuevas prácticas y fomentando que la tecnología se use de forma responsable.



Somos una de las compañías que disponen de la máxima certificación como Empresa Familiarmente Responsable, un distintivo que compartimos con solo 70 compañías a nivel internacional y que acredita los avances que hemos desarrollado en esta área. Es un camino en el que vamos a seguir avanzando, ya que es clave en nuestra estrategia y en el compromiso de las personas que forman la Familia Mahou San Miguel.

Un ejemplo de acciones en este sentido es nuestro “Objetivo 18:30”, una iniciativa implantada en nuestra sede de Madrid para racionalizar los horarios, mediante el uso responsable de la tecnología fuera del horario de trabajo, flexibilidad horaria y lo más importante: el compromiso de los propios managers para incentivar que sus equipos crezcan y se desarrollen. Actualmente, gracias a esta y otras medidas que desarrollamos constantemente, alrededor de un 80% de los profesionales son capaces de cumplir con ese horario, un 20% más que antes de implantarse la medida.

Con iniciativas de este tipo no solo apostamos por el talento presente de nuestra compañía, sino también por el futuro. Las nuevas generaciones valoran especialmente la conciliación a la hora de valorar a la compañía como empleadoras y debemos garantizar el futuro a largo plazo de la compañía con el mejor talento. Este compromiso con los profesionales está incluido en nuestro Marco Estratégico de Sostenibilidad, “Somos 2020” que renovaremos en el futuro, como parte de nuestro compromiso con las personas.

El profesional debe ser una parte activa de estas políticas de bienestar. Por ello las compañías debemos crear nuevas herramientas de escucha, que respondan de forma personalizada a las necesidades particulares de cada persona. Un ejemplo de ello es ‘Conectamos’, nuestro servicio de atención al profesional, a través del cual canalizamos y recogemos todas las peticiones de los profesionales en el entorno laboral. Las más de 6.000 consultas que recibimos anualmente nos permiten determinar las necesidades principales con las que

Es importante que apostemos por las personas como palanca de cambio y crecimiento de la compañía, situándoles en el centro

contamos, establecer prioridades y adelantar nuevas necesidades.

Para ello, también resulta esencial contar con los Representantes de los y las Trabajadores y as, imprescindibles no solo para implementar las nuevas medidas, sino para garantizar una correcta implantación entre los profesionales de cada una de ellas.

En último término, no podemos olvidar que nuestro mayor activo son las personas que forman nuestra organización y que nos representan día a día. Debemos apostar por la motivación y la creatividad como dos elementos que siguen siendo clave para mantener la productividad y el foco en los objetivos. En un episodio de crisis como el reciente es fácil que la realidad que nos rodea nos distraiga de nuestros objetivos. Por eso las dinámicas que establezcamos son importantísimas. Fomentar la cultura de equipo y dotar a nuestros profesionales de las herramientas necesarias se torna más importante todavía si cabe.

En este contexto es importante que apostemos por las personas como palanca de cambio y crecimiento de la compañía, situándoles en el centro. Por ello para ser fieles a nuestro compromiso, estamos analizando fórmulas para profundizar en el trabajo en remoto y fomentar nuevas vías en el terreno de la conciliación. El talento se vuelve más necesario que nunca, atracción y retención. Tenemos que seguir trabajando en esta línea para responder a otros retos que nos ha traído el COVID-19, como la cercanía

Demostrando como
veníamos haciendo
durante los 130 años
de nuestra historia
que #SomosFamilia

con los equipos, fomentar el espíritu de pertenencia y la cultura de empresa, a pesar de la distancia física que pueda existir entre nuestros profesionales.

Cada día en sí mismo es un reto, una ventana de oportunidad, y estamos convencidos que solo desde el compromiso con las personas y situándolas en el centro, con la digitalización como herramienta fundamental, seremos capaces de afrontar los desafíos más inmediatos de forma satisfactoria.

En definitiva, nos enfrentamos a un futuro incierto provocado por la mayor crisis sanitaria que ha vivido la humanidad a nivel global en la era moderna, cuyas consecuencias todavía no alcanzamos a vislumbrar. Pero estamos convencidos de que por delante, tenemos una gran oportunidad para pensar hacia dónde queremos ir y tirar

de pilares que sabemos que son imprescindibles para el futuro de cualquier sociedad: la innovación, la sostenibilidad, la digitalización y las personas.

El sector de la Alimentación, del que somos una parte importante, ha demostrado una gran resiliencia durante la pandemia siendo sustancial en los momentos más difíciles. En Mahou San Miguel hemos apoyado en todo momento a las personas, a nuestros empleados y Hosteleros, demostrando como veníamos haciendo durante los 130 años de nuestra historia que #SomosFamilia. Esa será la máxima que sigue guiando nuestro futuro y la recuperación en la etapa pos-COVID y esperamos, que muchas más compañías se unan a esta tendencia.





Ignacio Larracochea

Presidente de Promarca

El doble reto del Gran Consumo ante el COVID-19:

Mantener la continuidad de la cadena de producción velando por la seguridad de los trabajadores y el bienestar de los consumidores

Analizando el comportamiento del sector agroalimentario desde que se declaró la pandemia del COVID-19 he vuelto a constatar que la crisis saca lo mejor de la gente que es valiente y la gente que tiene valores. Hay que estar en primera línea con los que sufren y con los que nos necesitan. En los momentos más difíciles, las Marcas de toda la vida saben que tienen que permanecer al lado de los consumidores; y que lo importante ahora es ayudar y servir a los que más lo necesitan.

Durante los últimos meses hemos vivido (y seguimos viviendo) una situación de emergencia de una magnitud inimaginable, y me siento orgulloso de poder decir que el sector de Gran Consumo está dando la talla con sus acciones, demostrando una capacidad de respuesta y de solidaridad realmente encomiables. Los trabajadores de esta Industria han demostrado tener un gran compromiso con la sociedad. Sin ellos, la respuesta tan efectiva a esta crisis no hubiera sido posible.

El esfuerzo llevado a cabo por la industria, tanto para garantizar la continuidad de la cadena de producción y la presencia de sus productos en los lineales de los supermercados durante toda la fase de confinamiento, así como en forma de solidaridad con los más vulnerables a esta situación de crisis ha sido continuo, pero antes de pasar a desgranar algunos de los ejemplos más destacados conviene tener presentes algunas cifras y magnitudes que ayudan a comprender la importancia del sector agroalimentario español tanto a nivel social como económico y por qué su respuesta ante la crisis ha sido tan relevante.

Un sector vital para la economía española

El sector de Gran Consumo - alimentación, bebidas, cuidado personal y droguería - es el primer sector industrial del país y el segundo



de toda la economía, solo por detrás del Turismo. Dentro de este sector, las Marcas de Fabricante facturan cerca de 78.000 millones de euros, dan empleo a más de 1,1 millones de personas, y exportan unos 30.000 millones de euros al año, con una balanza comercial positiva para España. Además, su contribución directa a las arcas públicas mediante el pago de impuestos se estima en unos 10.600 millones de euros¹.

Este sector también tiene una función esencial en la vertebración y sostenibilidad de nuestro campo y medio rural, garantizando el empleo rural, evitando el abandono de los entornos rurales y haciendo frente a la gran amenaza de la España vaciada. Asimismo, este sector destaca por su aprovechamiento de las últimas tecnologías en sus esfuerzos de I+D en un proceso de innovación constante para desarrollar productos más saludables y respetuosos con el medio ambiente.

El Gran Consumo ha permanecido en primera línea durante toda la crisis

Hay momentos en los que la importancia económica y social de un sector se hace más palpable. En el de la crisis actual, al sector de Gran Consumo y a toda la cadena alimentaria le ha tocado ocupar un papel esencial para dar servicio a la sociedad española.

Desde el primer momento, las Marcas de Gran Consumo han desarrollado sus propios planes para garantizar la producción a pleno rendimiento con medidas como, por ejemplo, la apertura 24 horas de las fábricas gracias a una planificación perfecta de la actividad, y el refuerzo de la inversión en proveedores; y en lo que respecta a la distribución de alimentos, las empresas han reforzado las plantillas en la red logística y han flexibilizado las condiciones de entrega.

Además, han establecido estrictas normas higiénicas para garantizar la seguridad de sus empleados. Otras medidas que han tomado y están tomando las compañías son el refuerzo de los protocolos de limpieza en instalaciones, la utilización de productos con mayor poder antibacteriano, comunicación interna diaria informando de las recomendaciones del Ministerio de Sanidad,

la aplicación de la distancia de seguridad y el cierre de espacios comunes para los empleados.

Las Marcas han redoblado esfuerzos en acción social desde el primer momento

Desde el comienzo de la crisis causada por el COVID-19, las Marcas de Fabricante, además de incrementar el ritmo de producción para asegurar el abastecimiento de las tiendas de alimentación, bebidas, belleza, cuidado personal y cuidado del hogar, han puesto en marcha planes y actividades sociales para estar al lado de los colectivos que más ayuda necesitan en esta situación de excepcionalidad.

Los trabajadores de esta Industria han demostrado tener un gran compromiso con la sociedad. Sin ellos, la respuesta tan efectiva a esta crisis no hubiera sido posible

En primer lugar, ha sido ejemplar la actuación de los propios trabajadores del campo, el personal que atiende al público en las tiendas, los transportistas, los trabajadores de las empresas, etc. Todos ellos han demostrado un compromiso personal y social que va mucho más allá de sus obligaciones laborales y con sus empresas.

En segundo lugar, la Industria de Marca ha hecho un esfuerzo titánico para adaptar sus estrategias de producción y comercialización a fin de responder a un crecimiento súbito e imprevisto de la demanda en el canal distributivo (autoservicios, supermercados, hipermercados, etc.). Y todo ello, con un

respeto máximo de las condiciones sanitarias más exigentes.

Hay que destacar que, en muchos casos, la respuesta a la demanda ha sido repentino, urgente y con procesos nada eficientes. Había que proveer a la demanda de los consumidores y el coste de suministro pasaba a segundo término. A su vez, el sector de hostelería, bares y restaurantes y las exportaciones (el 50% del sector) se ha parado totalmente. Sin ventas en el 50% del negocio para muchas Marcas se comprende fácilmente que las pérdidas son dramáticas.

En tercer lugar, hay que reconocer las innumerables muestras de solidaridad y

Sin ventas en el 50% del negocio para muchas Marcas se comprende fácilmente que las pérdidas son dramáticas

responsabilidad social que se han dado y se están dando. Donaciones de alimentos a las instituciones que canalizan este tipo de ayudas, transformación de líneas de producción para donar geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes a los organismos públicos que las necesitan y a todo el personal que esté en primera línea enfrentándose al COVID-19, además de contribuciones financieras, etc.

Las Marcas líderes de alimentación, bebidas, belleza, cuidado personal y del hogar, ponen en marcha planes y actividades para estar al lado de los colectivos que más lo necesitan y de los que están en primera línea de lucha en la crisis, en todas las CC.AA. de España.

AC Marca, Adam Foods, Bimbo, Bonduelle, Calidad Pascual, Calvo, Campofrío, Central

Lechera Asturiana, Danone, Dr. Oetker, El Pozo Alimentación, Ferrero Ibérica, Gallina Blanca, General Mills, Grupo Bel, Heineken, Henkel Ibérica, Hero, Johnson & Johnson, Kellogg, Lactalis, L'Oréal, Mahou-San Miguel, Mantequerías Arias, Mondelez International, Nestlé, Pescanova, Procter&Gamble (P&G), PepsiCo, Pernod Ricard, Unilever y Vileda son solo algunos ejemplos.

Sector Alimentación

Las industrias de productos de Marca se están volcando y trabajando para satisfacer las necesidades del Consumidor. En el sector de la Alimentación, Adam Foods, que engloba Marcas como Cuétara, La Piara o Aneto, ha entregado 62.000 unidades de galletas y pastelitos a los voluntarios de IFEMA en Madrid, 13.000 unidades de producto a la Cruz Roja de Euskadi, 10.000 a los Bomberos de Santander, 3.000 a Cáritas Diocesana de Barcelona, y 6.000 a residencias de Madrid. Bimbo está colaborando con entrega de pan, bollería y productos de pastelería a diversos hospitales repartidos por toda la geografía española, Cáritas, la Cruz Roja y los bancos de





alimentos. También Bonduelle ha hecho una valiosa aportación a las instituciones de 13.000 productos alimenticios, con el fin de abastecer a aquellos colectivos que se encuentran en una situación de extrema precariedad.

Por su parte, Calvo ha donado un pallet de producto de 6.500 latas a Bancos de Alimentos de España para su distribución en los centros con mayor necesidad; 24 toneladas de conservas a Proyecto Hombre en La Coruña y 10 toneladas a Cáritas La Coruña. Campofrío ha donado 4.000 kilos de alimentos a la Federación Española de Bancos de Alimentos; 200 kilos de producto embutido para bocadillos al Hospital de IFEMA; 16.700 equipamientos a los Hospitales de Burgos y Soria como mandiles impermeables de polietileno, cofias, o guantes de nitrilo; 5.000 euros para la compra de material de impresión al proyecto colaborativo de la red #coronamakers 3D coordinada por la Universidad de Burgos; y, debido al cierre de gran parte de la restauración de carretera y tomando en cuenta las dificultades actuales de los transportistas para conseguir refrigerios,

también ha puesto en marcha la iniciativa “Food for Drivers” en España en sus ocho fábricas.

Dr. Oetker, por su parte, ha hecho entrega de 3.000kg de pizza, pasta rellena y pasteles, además de medios de frío para el almacenaje de alimentos a colectivos que en situación de extrema precariedad, diversos hospitales, residencias y grupos de restaurantes que cocinan para personal sanitario a través de Cruz Roja.

Por su parte, El Pozo Alimentación ha contribuido con la donación de 100.000 unidades de equipos de protección individual al Servicio Murciano de Salud. En Ferrero Ibérica, han puesto a disposición de Cruz Roja productos de su catálogo para la distribución a toda la población en situación de vulnerabilidad económica o desprotección. Además, envían directamente productos a varios hospitales de todo el país para contribuir al sustento del personal sanitario. Gallina Blanca también ha colaborado en esta causa con 100.000 raciones de caldo para el hospital de campaña de IFEMA, así como otras 100.000 raciones de caldo, 150.000

raciones de pasta seca y más de 40.000 de tomate frito para el Banco de Alimentos de Barcelona. En este sentido, también colabora con la Fundación Arrels para suministrar comidas a los colectivos más necesitados. General Mills, que engloba Marcas como Häagen-Dazs, Old El Paso y Nature Valley, ha destinado un paquete adicional de ayudas a FEBA para reforzar el alcance y agilidad logística de Banco de Alimentos. Además, ha aportado productos a puntos cercanos a sus oficinas y plantas, como por ejemplo el hospital de IFEMA, donde ha enviado barritas de cereales.

Otro ejemplo es Grupo Bel, con Marcas como La Vaca que Ríe, Babybel y Kiri, que ha donado un total de 100.000 unidades de producto, tanto lácteo como fruta, a personas en riesgo de exclusión y pobreza (especialmente personas mayores, niños y Cruz Roja), personal médico en hospitales, y transportistas de productos de alimentación. Hero España ha entregado más de 30 toneladas de producto a varios organismos que necesitan productos de alimentación y Kellogg ha donado 50.000€ a la Federación

Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) para ayudar a hacer frente a los costes adicionales que requiere la distribución de alimentos a las personas más necesitadas en estas especiales circunstancias. Esta donación en efectivo se suma a la donación regular de alimentos que realiza, que también se está incrementando. Por otra parte, la compañía ha puesto en marcha un plan de ayuda extraordinario para distribuir cestas de la compra con alimentos esenciales a más de 350 familias beneficiarias de su programa social "Todos a Desayunar". Debido a la suspensión de las clases en los colegios, se han dejado de servir los desayunos diarios que se ofrecían a más de 1.000 niños en España desde hace 9 años, pero con este plan extraordinario y gracias a la colaboración de Carrefour, las familias de estos niños están recibiendo 38 kilos de comida valorada en 50€ cada dos semanas mientras dure esta situación.



Mondelez International ha colaborado en esta causa donando más de 17 toneladas de producto al Banco de Alimentos de Madrid, León y Navarra, dos toneladas de galletas a la central de Cruz Roja en Madrid y tres toneladas de galletas a Cruz Roja en Extremadura. Además, ha entregado 1,4 toneladas de galletas al hospital de IFEMA y 15.000 mascarillas a hospitales locales. Nestlé, por su parte, ha hecho entrega de más de medio millón de unidades de café, aguas, barritas de cereales y suplementos alimenticios a diferentes colectivos, destacando la entrega a centros de salud y a las UCIs de toda España. También ha proporcionado lotes con productos a los transportistas que se encargan de que los alimentos lleguen a los supermercados estos días. Pescanova ha donado a la Asociación Enfermeras del Hospital Povisa de Vigo batas desechables de tela, guantes de nitrilo, mascarillas FFP1 y chubasqueros. También ha donado material de protección al Equipo de Soporte de Atención Domiciliaria de Getafe y al de Leganés, así como a los trabajadores de residencias de mayores de Toledo. Además, colabora con comedores sociales, entregando productos a colectivos necesitados y está gestionando la donación de alimentos del mar al Hospital de campaña de IFEMA, entre otras actuaciones.

Sector Lácteos

En el sector de los lácteos, Calidad Pascual, ha aportado agua, zumos, café, briks de huevo pasteurizado y yogures, centrándose en hospitales, bancos de alimentos, residencias y comedores sociales de toda España. Central Lechera Asturiana, por su parte, ha donado a la red de hospitales del Sespa (Asturias) productos lácteos como leche y yogures. También ha donado productos lácteos al hospital cántabro de Valdecilla y colabora con el Centro Santa María de la Paz de las Hermanas de San Juan de Dios en Madrid. Además, ha enviado productos a varios hoteles medicalizados de la cadena Meliá, a





las Clínicas Quirón de toda España, y a Cruz Roja de Asturias y Girona.

Danone ha puesto en marcha el programa de Acción Social “Alimentar por Amor”, a través del cual se ha comprometido a donar más de un millón de yogures y 180.000 litros de agua mineral al mes durante toda la crisis sanitaria, así como productos de alimentación infantil para bebés de más de 6 meses. Dicha contribución se canaliza a través de diferentes entidades sociales con las que colabora la compañía. Otro ejemplo de solidaridad para paliar la emergencia actual es el de Lactalis. El grupo, consciente de las restricciones en los servicios de cafetería de los centros hospitalarios debido a las medidas adoptadas por el Gobierno para evitar la expansión del contagio, ha estado ofreciendo al personal sanitario café con leche Puleva listo para tomar, agradeciendo a este colectivo su esfuerzo heroico diario. Por otro lado, ha donado 25.000 envases de leche Lauki al hospital de campaña de IFEMA, 35.000 yogures Nestlé a hospitales de Madrid y Guadalajara y 360.000 porciones de queso Président para los colectivos más desfavorecidos. Por su parte, Mantequerías Arias han donado 378 cajas de queso para los bus-cafetería gratuitos para el personal sanitario y de seguridad del Hospital de campaña de IFEMA.

Sector Bebidas

Heineken ha creado el movimiento social #FUERZABAR, por el que sus Marcas Cruzcampo y Amstel ponen a disposición de sus clientes en todo el territorio nacional una aportación total equivalente a más de 15.000.000 cañas. Por otro lado, ha puesto en marcha una iniciativa entre sus clientes y proveedores para paliar la crisis en un sector tan dañado como el de la hostelería, al distribuir una guía de actuación para restaurantes y bares, con información específica sobre tesorería, higiene, gestión del personal, minimización de costes o aplicación de las medidas del Gobierno para afrontar el coronavirus. Además, ha desarrollado a través de la Escuela de Hostelería Fundación Cruzcampo “Aula Abierta”, una plataforma de formación online

abierta a los profesionales de hostelería de toda España. También ha iniciado en su fábrica Cruzcampo en Sevilla la producción de máscaras pantalla válidas para la protección del personal sanitario con sus equipos de impresión en 3D, acción gracias a la cual lleva ya más de 1.000 mascarillas distribuidas.

Mahou San Miguel, por su parte, ha hecho llegar 16.800 botellas de su marca Solán de Cabras a la nueva instalación sanitaria en IFEMA, y ha donado más de 240.000 litros de agua a colectivos de riesgo y personas desfavorecidas con la protección de Cruz Roja, a través de la Asociación Nacional de Empresas de Aguas y Bebida Envasadas (ANEABE). Además, también están utilizando las impresoras 3D de su centro de producción de Alovera para producir pantallas de protección visual, piezas para respiradores y máscaras con filtro para uso sanitario. Al mismo tiempo, ha cedido parte de la capacidad de sus servidores industriales para un proyecto de computación colaborativa con la Universidad de Standford, cuyo objetivo es simular la dinámica de las proteínas del COVID-19 para buscar alternativas terapéuticas.

PepsiCo ha donado 200.000 dólares a Cruz Roja española para su programa Cruz Roja Responde frente al Covid-19. Además, en

estos días ha donado gazpachos, zumos, snacks, y refrescos a más de 20 entidades, incluidos hospitales en varios puntos de España y servicios de emergencias. Por su lado, Pernod Ricard se ha puesto a disposición de las autoridades competentes para fabricar geles hidroalcohólicos.

Sector Cuidado Personal y Droguería

AC Marca, que engloba Marcas como Lactovit, Norit y Sanytol, ha puesto en marcha una acción solidaria para suministrar a hospitales y centros sanitarios españoles más de 20 toneladas de gel hidroalcohólico desinfectante de manos Sanytol. Henkel Ibérica ha donado más de 40.000 litros de lejía, más de 50.000 productos de higiene personal a Cruz Roja y 60.000 guantes para hospitales cercanos a sus centros. Johnson & Johnson ha donado más de 137.000 unidades de productos de higiene personal para ayudar en esta crisis. El primer destino de esta donación del grupo en España ha sido el Samur Social del Ayuntamiento de Madrid; concretamente el Pabellón 14 de IFEMA, donde se presta atención a personas sin hogar; así como en el Albergue de San Isidro, donde se atiende a las mujeres de este colectivo.



L'Oréal, por su parte, ha puesto a su fábrica internacional de Burgos a producir 20.000 unidades diarias de gel desinfectante de manos para ponerlo a disposición de las autoridades sanitarias. Asimismo, ha donado 100.000 euros a organizaciones con las que ya trabajaba, como Plan Internacional, Fundación Tomillo y la Federación Española de Bancos de Alimentos. Además, varias de sus Marcas están donando geles limpiadores, cremas de manos, guantes y mascarillas a personal sanitario y trabajadores de supermercados e hipermercados. Por ejemplo, su Marca La Roche Posay, que ya ha enviado 50.000 unidades de sus cremas reparadoras a casi 300 hospitales de toda España o Garnier, que dona geles a sus clientes de la distribución.

Marcas con una presencia destacada en la España rural, convertidas en eje vertebrador de localidades, comarcas o municipios enteros

Otro ejemplo es Procter&Gamble (P&G) que, además de donar 147.500 pallets de productos de limpieza, droguería y perfumería a través de sus centros, ha puesto también en marcha una colaboración de 500.000 euros con Cruz Roja para ayudar en la creación de centros de emergencia médica destinados a los afectados por el COVID-19. Unilever es otro ejemplo de solidaridad a seguir en esta situación de excepcionalidad con su donación de 16.000 unidades de geles y pastillas de jabón a diversos hospitales, residencias de mayores de toda España y a la Cruz Roja de Catalunya; 1.700 champús al Hospital San Juan de Dios de Barcelona, 3.000 cremas de manos al Hospital Bellvitge de Barcelona; 6 pallets de detergentes y suavizantes a Caritas, Cruz Roja, Fundación Sant Joan de Déu, y Banco de Alimentos, cada uno; 3.800 tarrinas de helados a diferentes hospitales españoles, incluido el improvisado en IFEMA; 24.000 mascarillas distribuidas entre el hospital y residencias de mayores de Viladecans, el Hospital Bellvitge, Hospital Clínico, la Clínica Sagrada Família, el Hospital Vall d'Hebron, y el Hospital de Osakidetza; y 1.500 unidades de pasta dentífrica Fluocaril entre diversos hospitales del territorio español. Por su lado, Vileda ha donado al Ministerio de Sanidad, gobiernos autonómicos y ayuntamientos de España 280.000 guantes desechables y 30.000 bolsas de basura.

Compromiso con el medio rural

Son, además, numerosos los ejemplos de Marcas cuyo vínculo con la sociedad española tiene una raigambre especial. Hablo de aquellas Marcas con una presencia destacada en la España rural, convertidas en eje vertebrador de localidades, comarcas o municipios enteros y, por tanto, esenciales para su supervivencia. La apuesta de las Marcas por la España rural viene de décadas atrás, pero es en momentos críticos como el actual donde se pone en valor el trabajo de aquellos que han estado siempre ahí y que han apoyado a las zonas más desfavorecidas para mantener el empleo y la riqueza en esas zonas.



El vínculo de estas empresas con las localidades en las que se asientan es muy fuerte. Algo que queda patente no solo en el hecho de que las plantas constituyen la principal fuente de empleo de estos pequeños núcleos urbanos sino, en circunstancias como las actuales, también por la respuesta de las Marcas ante el desafío que plantea el coronavirus. La fábrica de Bimbo en El Verger ha colaborado con donaciones de cerca de 1.200 paquetes de pan tostado a Cáritas. En el caso de Danone, ha donado 3.400 botellas de agua al Ayuntamiento de Sigüenza, 640 al Ayuntamiento de Sant Hilari de Sacalm, 2.700 al Ayuntamiento de Motril, entre otras iniciativas, además de haber entregado 50.000 mascarillas a los ganaderos con los que colabora. General Mills ha colaborado durante la crisis con el envío de producto y material sanitario en la zona de San Adrián.

Por su parte, la fábrica de Nestlé en Herrera del Duque ha donado 4.000 mascarillas quirúrgicas al Ayuntamiento y otras 4.000 unidades a Cruz Roja Extremadura, además de más de 60.000 botellas de agua Nestlé Aquarel a 14 centros hospitalarios de

Extremadura a través de Cruz Roja local. También cabe destacar la donación hecha desde la fábrica de Miajadas de 5.500 mascarillas quirúrgicas al Ayuntamiento de Miajadas para distribuir entre los colectivos más necesitados, así como la donación de 52 toneladas de salas de tomate Solís al Banco de Alimentos de Cáceres, y una tonelada del mismo producto a Cáritas de Miajadas, para que las distribuyan entre los vecinos de la región que más lo necesiten.

Después del esfuerzo realizado, no es momento de bajar los brazos

Cuando la sociedad tiene valores sólidos, y este Sector es parte de ella, las crisis sacan a relucir esos valores con intensidad y volvemos a recuperar la esperanza en una sociedad solidaria y colaborativa que se esfuerza en construir un futuro mejor para todos. El esfuerzo y el coste pasa a segundo término. Queda mucho camino por recorrer antes de que España pueda dejar atrás el COVID-19, pero estoy seguro de que la industria de Marcas de Gran Consumo seguirá haciendo todo lo humanamente posible para contribuir con su esfuerzo a ello.



10. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

Documentación e Informes

European Commission (2020). *Economic Forecast Winter, february 2020*.

European Commission (2020). *European Economic Forecast, spring 2020*.

European Commission (2020). *Economic Forecast, summer 2020*.

Deloitte (2020). *Análisis: El Camino de la Recuperación de la Industria de Consumo*.

Federación Española de Industria e Alimentación y Bebidas (2019). *Informe Económico 2019*.

Grupo Adecco (2020). *Informe Resetting Normal: redefiniendo la nueva era del trabajo*.

International Monetary Fund (2020). *World Outlook Update, june 2020*.

Instituto Nacional de Estadística (2018). *Contabilidad nacional anual de España serie 1995-2018*.

Instituto Nacional de Estadística (2020). *Contabilidad Nacional Trimestral de España*.

Instituto Nacional de Estadística (2019). *Directorio Central de Empresas*.

Instituto Nacional de Estadística (2018). *Estadística de I+D*.

Instituto Nacional de Estadística (2016). *Estructura sobre las Explotaciones Agrícolas*.

Instituto Nacional de Estadística (2020). *Encuesta de Población Activa*.

ISAE (2020). Indicador Sintético de Actividad Exportadora.

<https://comercio.gob.es/es-es/Paginas/404.aspx?requestUrl=http://comercio.gob.es/es-ES/comercio-exterior/estadisticas-informes/Paginas/Encuesta-de-Coyuntura-de-la-Exportacion.aspx>

Kantar (2020). Datos sobre consumo. <https://es.kantar.com/archivo/>

Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación (2020). *Consumo de alimentos evolución durante la pandemia*. <https://www.mapa.gob.es/app/consumo-en-hogares/consulta.asp>

Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación (2020). Consumo de los hogares durante la pandemia.

<https://www.mapa.gob.es/es/prensa/ultimas-noticias/los-hogares-esp%C3%B1oles-estabilizan-el-consumo-de-alimentos-con-respecto-a-la-semana-anterior/tcm:30-537932>

Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación (2020). *Medidas para el sector agroalimentario*.

<https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/informacion/covid19/Medidas-sector-agroalimentario.aspx>.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2020). Datacomex.

<http://datacomex.comercio.es/>

Ministerio de Trabajo y Economía Social (2019). *Anuario de Estadísticas*.

Ministerio de Trabajo y Economía Social (2020). *Boletines de Estadísticas*.

Randstad (2020). *Análisis sectorial: Impacto del COVID-19 y horizonte de recuperación*.

Servicio Público de Empleo (2020). Estadísticas de empleo y de contratos.

Servicio Público de Empleo (2019). Estadísticas de empleo y de contratos.

Servicio Público de Empleo (2019). *Observatorio de las Ocupaciones: Actividades Económicas con tendencia positiva en la contratación 2019*.

Sitios Web del sector

<https://www.alimarket.es/>

<https://www.agronegocios.es/>

<https://www.insst.es/agrario>

<https://www.efeagro.com/>

<https://www.eleconomista.es/agro/>

<https://elpais.com/noticias/agricultura/>

<https://www.revistaalimentaria.es/>

<http://smartagrifood.org/>

Artículos reseñados

<https://www.agronegocios.es/el-sector-agrario-uno-de-los-mas-valorados-en-la-pandemia/>

<https://www.alimentosdespana.es/es/campanas/ultimas-campanas/otros-alimentos/alimentais%20nuestra%20vida.aspx>

https://cadenaser.com/emisora/2020/07/07/radio_cordoba/1594101733_283347.html

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/07/29/opinion/1596022154_912028.html

<https://www.larazon.es/economia/20200705/ypl4pwbnp rhzllpzc ywk2v6g5q.html>

<https://revistas.eleconomista.es/agro/2020/junio/el-valor-de-la-agricultura-en-la-era-covid-19-AA3552983>

<https://elpais.com/economia/2020-08-04/sanchez-anuncia-un-plan-de-choque-para-garantizar-la-recuperacion-economica-total-en-2023.html>

