

# El sector alimentario echa el freno en materia de empleo

**Tras media década resistiendo los envites de la crisis, por primera vez este año el sector alimentario español, la principal industria del país, el segundo exportador y uno de los cinco pilares del empleo en España, se ha rendido ante la evidencia. El descenso del negocio, resultado de la bajada del consumo, le ha puesto contra las cuerdas, y para paliar sus efectos negativos sobre la cifra de negocio ha optado, como otros sectores antes, por reducir los gastos de personal, complicando todavía más el difícil panorama laboral en el estado español.**

marcas de distribuidor. Tanto es así, que éstas han aumentado espectacularmente su cuota de mercado, hasta alcanzar más del 41%, cuando la media de la Unión Europea se sitúa alrededor del 35%.

Afortunadamente, las exportaciones compensaron en buena medida las pérdidas con un crecimiento del 9,4% en 2012, hasta alcanzar los 22.078 millones de euros, y una balanza positiva de 3.026 millones de euros, lo que supuso un creci-

Hace ahora un año publicábamos en estas mismas páginas un informe que, basado en los datos ofrecidos por Infoempleo referentes al año 2011, se vanagloriaba de que la industria alimentaria conseguía mantenerse como uno de los cinco sectores delanteros en términos de empleo del país. El sector conseguía entonces mantener su número de empleados gracias a que la demanda externa había equilibrado el descenso del consumo interno.

Era el punto final a un periodo de 20 años en el que el sector alimentario había conseguido mantener un crecimiento constante, constituyendo –según se afirmaba desde el mismo Gobierno– uno de los cinco sectores estratégicos para la recuperación económica del país por su potencial y capacidad de arrastre.

“La Industria Española de Alimentación y Bebidas –nos explica **Susana del Cerro**, *key account manager* de **Randstad**– cerró 2012 con unas ventas que equivalían al 14% de las ventas netas del total de la industria y al 7,6% del PIB español, lo que la convertía en el primer sector industrial de la economía española y el quinto de Europa. Además, el sector de alimentación y bebidas es un claro generador de empleo en nuestro país, está formado por casi 30.000 empresas (96,2% pymes), que ofrecen empleo a 439.675 personas, lo que suponía un 20% del empleo industrial”.

Sin embargo, hoy, doce meses más tarde, los efectos devastadores de la crisis en términos de empleo han afectado también al sector de la alimentación que, sin dejar de ser una de las áreas productivas (sumando producción, industria y distribución) de mayor fortaleza del país, ha visto disminuir sus cifras de empleados.

¿La explicación? Durante 2012 la industria alimentaria no ha conseguido soportar una segunda recesión y ha experimentado una caída en las ventas del 2,68%, lo que supone un descenso de las cifras de negocio de 82.298 millones de euros frente a los 88.673 recaudados en el ejercicio anterior. Las ventas domésticas retrocedieron en el ejercicio pasado al nivel de 2006, y el sector se ha dejado por el camino 6.000 millones de euros en cinco años. Todo ello ha comportado una caída en la producción fruto del impacto negativo sobre el consumo de la larga crisis económica y la segunda recesión.

El gasto en consumo alimentario en los hogares descendió un 3% durante 2012, lo que demuestra hasta qué punto la continua merma en el poder adquisitivo de las familias ha provocado que recorten en todos los gastos, e incluso en alimentación. En cuanto al consumo en alimentos fuera del hogar, esta partida se redujo en un 4,1%. Ambos índices confirman cómo la crisis ha modificado los patrones de consumo de los ciudadanos españoles, que ahora demandan productos más básicos y optan más por las marcas blancas, o



## Tras una reducción en la tasa de empleo de casi el 2% en 2012 ¿creen que la reducción en el número de puestos de trabajo continuará?

**Francisco Hevia**, director de Responsabilidad Corporativa y Comunicación de la **Corporación Empresarial Pascual**

En este medio adverso, nuestra compañía ha hecho todo lo posible para no destruir empleo y, de hecho, lo ha conseguido. La crisis nos ha obligado a ajustar nuestra capacidad productiva al tamaño del mercado para garantizar la sostenibilidad del modelo, pero lo hemos hecho cuidando al máximo el mantenimiento de los puestos de trabajo. Así lo demuestran los acuerdos que alcanzamos en distintas fábricas en las que tuvimos que actuar, en los que la mayoría de los trabajadores se subrogaron en las nuevas empresas.



**Mario Miguelañez**, director general de **Miguelañez**

Podemos hablar de nuestra experiencia. Desde hace años mantenemos una plantilla que ronda los 400 trabajadores. No obstante, sabemos cómo está el mercado. Probablemente los departamentos que se encarguen de la producción de productos que no sean de primerísima necesidad vean rebajada su plantilla.



miento casi tres veces superior al del conjunto de las exportaciones de la economía. Un dato que demuestra la competitividad del sector y la actividad exterior, que ha evitado que el retroceso económico del sector sea mayor.

Sin embargo, el incremento de un 9,4% de las exportaciones hasta los 22.078 millones de euros no ha sido suficiente para compensar una caída la demanda interior del 3% en el consumo del hogar y del 4% fuera. Esta caída del negocio ha supuesto la desaparición de 138 empresas durante el año pasado y la reducción del empleo en el sector de un 1,7%, según datos del Informe Económico 2012 de la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB).

A pesar de ello, la industria alimentaria se mantiene como uno de los principales sectores en el conjunto de la actividad económica con 440.000

### La industria alimentaria se mantiene como uno de los principales sectores en el conjunto de la actividad económica con 440.000 trabajadores que suponen el 20% de todo el empleo industrial

trabajadores que suponen el 20% de todo el empleo industrial. En 2012, ya con una importante crisis económica, la producción de alimentos se convirtió en un refugio de empleo, haciendo gala de unos niveles de paro de la mitad que la global del conjunto del país. La industria de la alimentación y bebidas concentró el 20% del empleo industrial, con unos niveles de productividad del doble que el total de la industria en su conjunto.

#### La externalización, un remedio en tiempos de crisis

**Fernando Montes**, gerente de Grandes Cuentas de **EULEN Flexiplan**, matiza las cifras de despidos de las empresas –que no del sector-, al explicar que “con el fin de adecuar su producción a la demanda real, transformando costes fijos de personal en variables que les permitan ganar en competitividad, las empresas del sector alimentario español están aumentando su necesidad en la externalización de su personal de producción. En el caso de EULEN Flexiplan la facturación en dicho sector, en 2013, ha crecido un 17% respecto al 2012, siendo las categorías más demandadas las de: operario de producción, operario de envasado, carretillero y auxiliar administrativo”.

La externalización de servicios aporta la flexibilidad y la optimización de costes necesarias en la situación de crisis actual y contribuye al aumento de la productividad y la competitividad de las empresas. Los sectores más habituados a esta práctica son el industrial, el logístico y el sector alimentario, según la IV Encuesta Adecco Outsourcing sobre Externalización. Apunta el estudio que la demanda de externalización de servicios o *outsourcing* sigue al alza, más ahora en tiempos de crisis, porque supone un ahorro de costes a las compañías que contratan esta modalidad de servicio. Y así es así porque al externalizar tareas y funciones se transforman costes fijos en costes variables de manera que se favorece el crecimiento estratégico de la compañía.

Desde Randstad, otra importante gestora de empleo, Susana del Cerro, apunta que “la demanda de profesionales del sector durante el primer semestre de 2013 se ha incrementado sustancialmente con respecto al año 2012: Este incremento está siendo más acusado aún en el segundo semestre de este año, donde está habiendo una importante demanda de profesionales. Las posiciones de *Sales representative* y

*Key Account manager* son las más demandadas en el área de *Sales & Marketing* y los puestos de responsable de calidad (sistemas IFS/BRC) e Ingenieros de procesos en el área Industrial”.

A **Manuel Solís**, director general de **Manpower**, le parece que, aunque los datos podrían indicar un cierto retroceso de la industria –“La industria de la alimentación genera el 11% de los contratos de puesta a disposición a nivel nacional. Si nos centramos en su evolución, en el último ejercicio experimentó un crecimiento del 6,75%, algo inferior al crecimiento del año 2011”– es complicado sacar conclusiones en base a comparativas anuales.

Considera Adecco que uno de los perfiles más demandados durante el presente año en sus oficinas se inscribirá en el área de Alimentación. “Actualmente en nuestro país –apunta el informe “Dónde encontrar empleo si estás en paro”, publi-

cado en abril de este año–, el sector de la alimentación es uno de los motores de la exportación que actúa como equilibrador de la balanza comercial. Pero, a la vez, es una de las áreas donde más se pone el punto de mira en la calidad de sus procesos. Es por ello que las empresas del sector alimentario han de contar con certificaciones que permitan garantizar las medidas de higiene y calidad alimentaria en los procesos de producción que llevan a cabo. Para hacerlo han de superar un exhaustivo proceso de certificación que necesita de la adaptación de la cadena de producción y suministro a diversas normativas, por lo que el sector demandará –en opinión de Adecco–, responsables de Calidad con experiencia en la implantación de dichos sistemas. Se trata generalmente de personas con formación media o superior, en áreas industriales y en la propia la rama de alimentación.

#### El retroceso en el consumo

¿Qué explica la caída de las cifras de negocio, responsable de la pérdida de empleos: la bajada del

consumo, la repercusión del incremento del IVA, una racionalización en pos del ahorro...?

“Efectivamente, –nos dice **Francisco Hevia**, director de Responsabilidad Corporativa y Comunicación de la **Corporación Empresarial Pascual**– el consumo en España ha sufrido intensos retrocesos en los últimos años. Sin embargo, en alimentación, la cantidad de alimentos que una persona ingiere al año es bastante inelástico, por lo que la amenaza real sobre el volumen del sector estaría asociada a una pérdida de población. Dónde se produce un mayor efecto es en el valor del mercado, la cantidad de dinero que gastamos ser puede reducir si se producen deslizamientos de la demanda hacia productos más económicos o si se generaliza una bajada de precios. En nuestro mercado estamos inmersos en un proceso de concentración en el que un número reducido de operadores acaparan una gran parte de las ventas de nuestro sector”.

“No sabríamos precisar si son resultado directo del incremento del IVA, puede que esa afirmación sea algo reduccionista. Creemos que no o, –afirma **Mario Migueláñez**, director general de **Migueláñez**–, en el mejor de los casos, el incremento del IVA no es la única causa. La barra de pan es la barra de pan. Hemos de tener en cuenta que en el mercado existe una variedad extraordinaria de producto deberíamos preguntarnos, ¿todos ellos son de primerísima necesidad o son prescindibles?”

Fuera como fuese, se evidencia una tendencia negativa de la demanda, frente a la que desde Pascual –asegura Hevia– se defiende “un «optimismo racional, optimismo acompañado de un gran esfuerzo para seguir reinventándonos como compañía “marquista”. Las marcas siguen teniendo su espacio en los lineales y algunas, como las nuestras, lo están demostrando creciendo en sus cuotas de mercado a pesar del estancamiento del sector. La situación económica está haciendo que el consumidor racionalice más su decisión y, por lo tanto, debemos seguir dándole argumentos que consoliden el liderazgo de nuestras marcas. Tenemos que insistir en la diferenciación, la inversión en comunicación, el control del “value for money”; es decir, “mucho valor a un precio ajustado”, y la innovación, no solo con productos y formatos”.



## La exportación, una baza de futuro

Con 30.261 empresas, el sector alimentario se alza como el primer sector industrial en España, y como el segundo sector exportador, con ventas al exterior por un valor de 16.000 millones de euros anuales.

Confirma esta posición de privilegio Fernando Montes, de EULEN Flexiplan: "El sector industrial de alimentación y bebidas continúa siendo en 2013 el principal sector industrial del país. Supone aproximadamente un 8% del PIB nacional y un 15% del industrial. La cifra de facturación ronda los 85.000 millones de euros y a nivel de empleo supone 450 empleos directos y más de 1.150.000 empleos indirectos".

Sin embargo, admite que: "La difícil situación económica nacional está haciendo que las empresas del sector agroalimentario dirijan sus esfuerzos cada vez más al exterior. Las exportaciones del



## Nueva Ley de Medidas para la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria, en cumplimiento de una constante demanda del sector

El pasado 18 de julio el Congreso de los Diputados aprobó la Ley de medidas para la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria. Se trata de un nuevo marco legislativo que recoge las principales aspiraciones de la industria de alimentación y bebidas en el ámbito de las relaciones comerciales. El sector confía en que el cambio beneficiará al conjunto del sector (productores, fabricantes y distribuidores), lo que repercutirá por últi-

mo y positivamente en el consumidor. La nueva normativa pretende desterrar prácticas abusivas que mermaban la competitividad y con ello mejorar las relaciones comerciales entre los distintos actores del sector. Ahora, una vez definido el marco, cabe esperar su desarrollo, que incluye la puesta en funcionamiento del Observatorio de la Cadena Alimentaria y la Agencia de Control Alimentario.

sector crecieron un 9,4% en 2012 y se espera que en 2013 estén por encima del 10%. El peso de dichas exportaciones sobre el total de la facturación de la industria alimentaria ha sido de un 28,5% en 2012 y las previsiones apuntan a un 30% en 2013".

Desde las bancadas de la industria productora, Francisco Hevia, de Grupo Pascual, admite que: "Las exportaciones son una ayuda, y así lo está demostrando en los últimos tiempos, siendo uno de los sectores de la economía con mayores crecimientos. Sin embargo, nosotros creemos que la gran oportunidad de crecimiento del sector agroalimentario vendrá por la expansión internacional".

"Para Pascual –explica–, uno de sus ejes de crecimiento, es afrontar la presencia en otros mercados más allá de los que actualmente conocemos. Junto al negocio de exportación, hemos apostado por el desarrollo de proyectos internacionales de acuerdo con socios locales. El objetivo es instalarse en determinados países durante los próximos cinco años, y conseguir triplicar la aportación del negocio internacional a la cuenta de resultados de la empresa".

Grandes grupos al margen, la situación interna está empujando a muchas pequeñas y medianas empresas –tanto del sector alimentario como de otras áreas–, a buscar negocio más allá de nuestras fronteras, superando lo que parecía un miedo endémico del empresariado, y los empleados españoles a desarrollarse en otros países. Migueláñez, es un ejemplo: "Creemos que con esfuerzo y trabajo podemos compensar las pérdidas, pero no de manera inmediata, así son las cosas." Según Mario Migueláñez, para lograr negocio exportador "Es necesario tiempo y trabajo. Quizá no todo, pero una parte importante del sector sí que está capacitado para salir de este bache. Migueláñez es una pyme, y podemos asegurar que no pretendemos dificultar el negocio con el mercado internacional. Todo lo contrario. Lo apoyamos mucho".

## Buscar soluciones

Arias Cañete, titular de la cartera de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, ha reconocido que el sector presenta debilidades –comunes, por otra parte, a las del resto de agriculturas europeas y mundiales–, como son el deterioro de los precios percibidos por los productores y los crecientes desequilibrios en las cadenas de valor, dificultades que en España tienen mayor impacto principalmente por las reducidas dimensiones empresariales –el sector está atomizado en multitud de pymes–. Para superar estos problemas, el ministro ha pretendido, con la aprobación de la Nueva Ley de Medidas para la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria (ver recuadro), poner en funcionamiento leyes de integración cooperativa y de medidas para la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria.

Al respecto, Francisco Hevia apunta que, desde de Grupo Pascual: "Creemos que la Administración está realizando un esfuerzo legislativo para equilibrar las fuerzas en el sector de la alimentación, uno de cuyos ejemplos más palpables es la Ley de Medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, que busca mejorarla reduciendo el desequilibrio en las relaciones comerciales entre los diferentes operadores de la cadena de valor".

## La situación interna está empujando a muchas pequeñas y medianas empresas a buscar negocio más allá de nuestras fronteras

Por su parte, Mario Migueláñez recomienda "Por lo menos, una ligera reducción del IVA y privilegiar los productos de empresas españolas frente a las extranjeras (siempre y cuando estemos hablando de los mismos parámetros de calidad). Pero, además, pensando en el futuro, sería conveniente una política agraria potente, a través de la cual se dé más importancia a los cultivos naturales en España, pues no producimos mucho y parece que importar alimentos cada vez será más caro".

Desde el punto de vista del negocio, para lograr los objetivos expresados anteriormente como la innovación, la diferenciación o el máximo valor a un buen precio, Pascual está apostando fuertemente por las alianzas con partners de prestigio. "Consideramos que una de las maneras de aspirar a lo máximo aprovechando recursos poco abundantes es desarrollar alianzas con compañías que complementen sus áreas de expertise con las nuestras para crear el mayor valor posible. Así lo estamos haciendo en el mercado nacional, con acuerdos con Laboratorios Esteve para lanzar productos para diabéticos bajo la marca DiaBalance, o con la gestión de las bebidas Flora para Unilever y el acuerdo Nutrexpa para la comercialización de los batidos Cola-Cao y Okey. Y también en el exterior, con alianzas con grupos locales como Empresas Polar en Venezuela o Asia Brewery en Filipinas" ■