

IMPACTO DEL COVID-19 EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO DURANTE EL ESTADO DE ALARMA

Cristina Escobar^a, Carmen Capdevila^b, Nour Chams^a, Zein Kallas^a, Antonio Lecegui^c, Lluç Mercadé^a, Lourdes Reig^a, Jordi Teixidó^a, Elsa Varela^c, Berta Vidal-Mones^d, Raquel Diaz-Ruiz^d

^a CREDA-UPC-IRTA. Centro de Investigación en Economía y Desarrollo Agroalimentario (Castelldefels, cristina.escobar@upc.edu)

^b Departamento de sociología. Universidad de Barcelona (UB)

^c Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA)

^d Fundació Espigoladors

Palabras clave: COVID-19, impacto, sector agroalimentario

1. Introducción

Decretado el estado de alarma, se decide lanzar un sondeo para evaluar el impacto de la situación en el sector agroalimentario en España, a lo largo de toda la cadena de valor. El objetivo del sondeo era mostrar la situación de los agentes implicados, los cambios que estaban sufriendo en la actividad y las medidas para adaptarse a ellos, así como dar visibilidad a aquellas alternativas de éxito.

2. Metodología

Se diseña un cuestionario para dar respuesta a los objetivos mencionados. La difusión del cuestionario se realiza a través de redes sociales y otras redes de contactos, mediante la técnica bola de nieve. Por tanto, no se trata de una muestra representativa, como queda reflejado en la cantidad de respuestas recogidas en Cataluña, seguida de Aragón -con el 78,8% y el 8,1% de las respuestas, respectivamente-. No obstante, los resultados muestran una fotografía de la reacción de las empresas en el primer momento de irrupción de la pandemia. El sondeo estuvo activo desde el 24 de abril hasta el 25 de mayo, con un total de 335 respuestas.

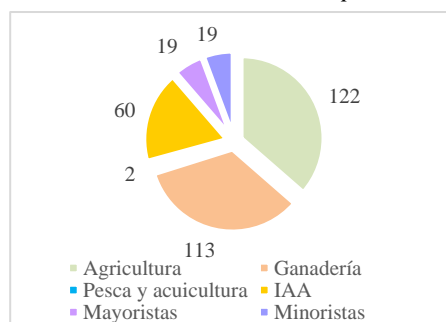
3. Resultados preliminares

Se presentan los principales resultados descriptivos, organizados siguiendo el diseño del cuestionario. Los resultados aparecen segmentados para los diferentes eslabones de la cadena de valor agroalimentaria.

3.1. Caracterización de la muestra

Una gran parte de las respuestas recogidas corresponden al sector primario. En concreto, el 70,7% de la muestra (237 respuestas). Sus respuestas se dividen de manera bastante equitativa entre agricultores y ganaderos. La industria agroalimentaria (IAA) aparece considerablemente representada, con 60 respuestas, aunque porcentualmente solo representan el 17,9% de la muestra. El comercio mayorista y minorista recogen, respectivamente, 19 respuestas. Este número es especialmente bajo en lo que se refiere al comercio minorista, dado que el número de empresas existentes es muy elevado, en concreto, solo en Cataluña existen 16.402 empresas (DARP, 2020). Para el comercio mayorista, es posible obtener una mayor aproximación, aunque sus resultados deben interpretarse con la cautela que corresponde (Gráfico 1).

Gráfico 1: Distribución de la muestra por sectores



Las empresas encuestadas son mayoritariamente pequeñas, sobre todo en el sector primario, en las que el 93,2% de las respuestas declara menos de 10 trabajadores. Esta proporción es también elevada en el comercio minorista (84,2%), por lo que se deduce que se trata de establecimientos cuyo peso económico en el eslabón que ocupan no es preponderante. Por esto, y por su bajo peso en el conjunto de la muestra, este eslabón no se analiza con mayor detalle. Las empresas de la IAA tienen una mayor dimensión, aunque el 55% dispone de menos de 10 trabajadores. El eslabón del comercio mayorista es el que tiene un mayor dimensionamiento (con un 57,9% con 10 o más trabajadores). Otra de las características de las empresas encuestadas es su carácter nacional, en cuanto a sus proveedores y distribuidores. Para el conjunto de la muestra, la procedencia de los suministros es en un 90,2% nacional (sobre el valor económico). Las cifras son similares para cada uno de los eslabones. En lo que se refiere al destino de los productos producidos, se observa el mismo comportamiento: un 84,8% del valor vendido se destina al mercado doméstico (aunque pueda ser reexpedido). El comercio mayorista es el que presenta una proporción superior destinada al mercado

exterior, aunque su destino principal también sea el mercado nacional (75,8% de las ventas). Estas proporciones nacionales, se mantienen una vez irrumpida la pandemia, con diferencias inferiores a los 5 puntos porcentuales.

3.2. *Afectación por COVID-19*

El grado de afectación es muy elevado para la IAA y la distribución mayorista. El sector primario se ve bastante menos afectado, posiblemente a causa de los ciclos de producción, que determinan un escalonamiento en las ventas (Gráfico 2).

Gráfico 2: *¿Ha visto modificada de alguna manera su actividad debido a la crisis del COVID-19?*

El grado de afectación es variable según los parámetros que se analicen y según el eslabón de la cadena. A pesar de existir variabilidad, la mayor parte de los encuestados declara una disminución en la demanda, en el número de clientes, en la productividad o eficiencia de la actividad y en los canales de comercialización. La IAA es la que presenta una mayor afectación para estas variables. En lo que se refiere al número de trabajadores, fijos y temporales, la mayoría declara no haber sufrido cambios a consecuencia del COVID-19. También se mantienen la variedad y la disponibilidad de productos, así como su precio, para la mayoría de los encuestados. Asimismo, algunos parámetros han aumentado, tales como los excedentes de la actividad y el precio de las materias primas y suministros, aunque para este último, la mayor parte de la muestra declara que se han mantenido (Gráfico 3).

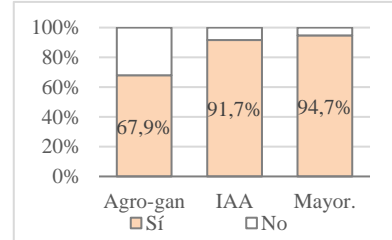
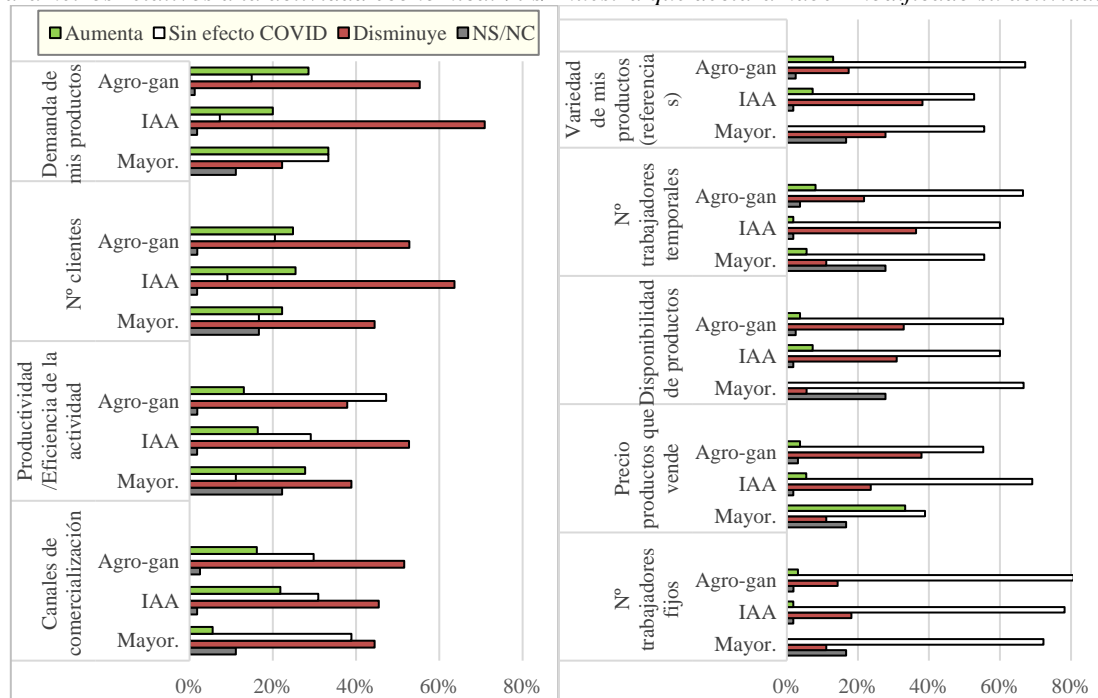


Gráfico 3: *Principales efectos del COVID19 según el aumento, disminución o mantenimiento de parámetros relativos a la actividad económica. % s/ muestra que declara haber modificado su actividad.*



(Continúa en la página siguiente)

Ante esta situación, el sector pone en marcha una serie de actuaciones para minimizar el efecto de la crisis (Gráfico 4). Los principales cambios realizados en general han sido la adaptación de cuestiones logísticas y de transporte, el apoyo a campañas de promoción de consumo de sus productos en el hogar, iniciar el reparto a domicilio y la venta online, y abrir nuevos canales. Destaca el eslabón de la IAA con un mayor porcentaje de estas actuaciones, solo superada por el eslabón mayorista en cuanto a las cuestiones de logística y transporte. Este eslabón también se concentra en la comercialización de los productos más demandados en estos momentos. Respecto al resto de actuaciones, destaca también la IAA como el eslabón que realiza más cambios en su actividad. Esto se puede observar claramente en la mayor aplicación de ERTes, mientras que la aplicación ha sido mínima para el resto de los eslabones. El sector primario es el que presenta un mayor porcentaje de encuestados que no ha realizado ningún cambio (Gráfico 4).

Gráfico 3 (continuación)

Para determinar el impacto en los canales de comercialización, los encuestados identificaron los que eran relevantes antes de la irrupción de la pandemia y en el momento de realización de la encuesta. Los resultados ponen de manifiesto la reducción mayoritaria de los canales utilizados, especialmente importante en el caso del canal HORECA, a consecuencia de su cierre. Para la IAA y el comercio mayorista, caen también en proporción elevada, las ventas a la distribución mayorista. En sentido contrario, crece la venta directa, especialmente en lo que se refiere a entregas a domicilio y venta online. Las ventas al canal minorista también decaen, exceptuando la utilización de plataformas online, que crecen en el caso de la IAA. Por su naturaleza, el eslabón que presenta mayores variaciones es el comercio mayorista (Tabla 1)

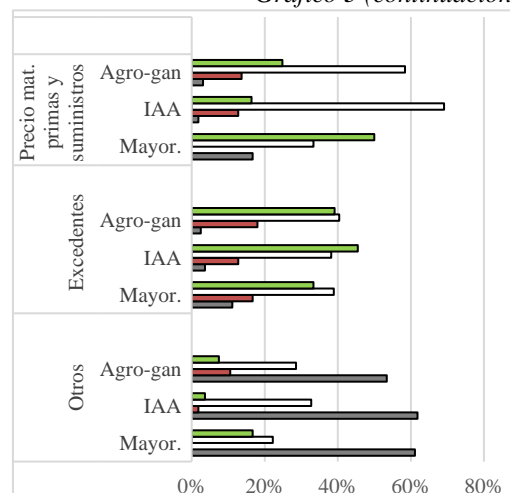


Gráfico 4: Actuaciones iniciadas para hacer frente a la crisis del COVID19. % s/muestra que declara haber modificado su actividad.

3.3. Perspectivas de futuro

En el largo plazo (pasado un año) la mayoría de encuestados (59,7% sobre el total) declara que la crisis les afectará negativamente. A su vez, se detecta cierto optimismo, especialmente por parte del comercio mayorista, ya que el 31,6% valora que les afectará positivamente. En cuanto a la recuperación de la normalidad, la IAA es el eslabón que considera que se requerirá de un periodo de tiempo más largo para recuperarse (más de un año) (el 40% de sus encuestados), mientras que la distribución mayorista considera en su mayoría que la recuperación se podrá dar en un periodo de tiempo medio (entre 6 meses y un año) (52,6%). Destaca el sector primario con una mayor proporción de encuestados que opina que no se ha perdido la normalidad (32,1%).

La pérdida de canales de comercialización es el mayor reto considerado en el corto plazo. La IAA y el comercio mayorista también destacan los impagos y la falta de liquidez como uno de los principales retos, seguido por la pérdida de ingresos y la viabilidad de las empresas, que consecuentemente puede verse comprometida. La especulación en precios es uno de los retos destacados especialmente por el sector primario y la IAA, mientras que para los mayoristas no sería destacable (Gráfico 7).

A nivel cualitativo, se recogen las opiniones del sector en cuanto a las medidas de apoyo que se deberían poner en marcha por parte de la Administración. Para el sector de la IAA y el comercio mayorista, las medidas se centran en ayudas financieras, desde la reducción de impuestos hasta las ayudas a la innovación. También destacan la protección frente a los impagos y el apoyo al consumo de proximidad. Este último aspecto es el más destacado por el sector primario, incidiendo también en ayudas para la comercialización mediante canales cortos y/o venta directa. Otros aspectos que se destacan son el establecimiento de precios mínimos (justos) y la reducción de las cargas burocráticas.

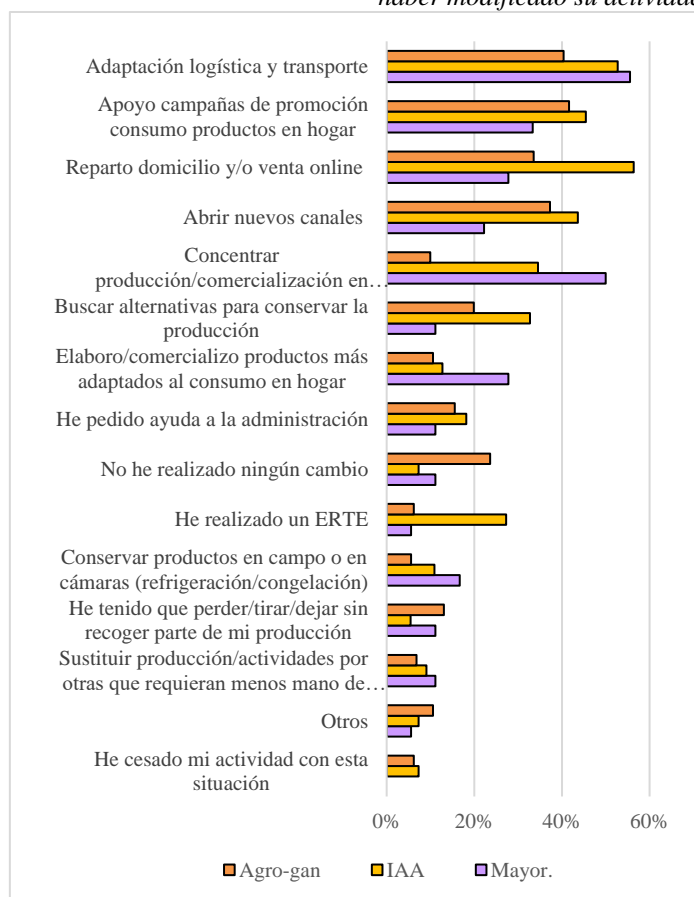
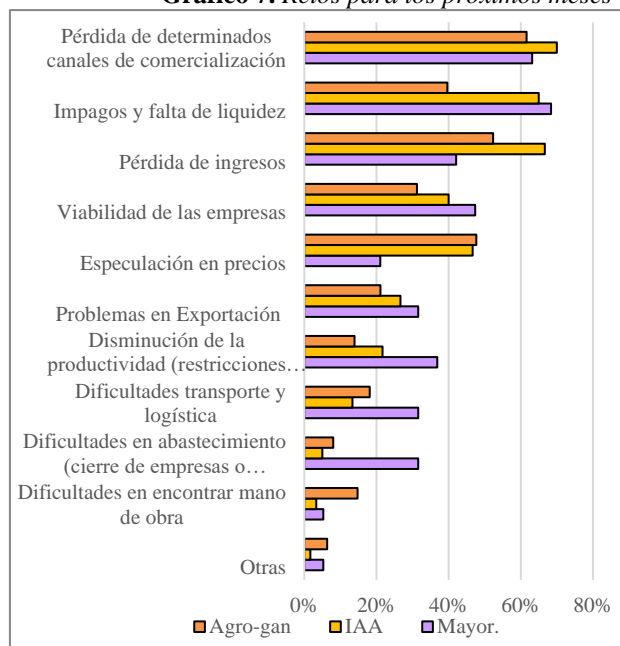


Tabla 1: Relevancia de los canales de comercialización irrupida la pandemia y variación respecto a la situación anterior. % por eslabón y variación en puntos porcentuales.

	Agro-ganadero		IAA		S. Mayorista	
	% post-COVID 19	Variación (p.p.)	% post-COVID 19	Variación (p.p.)	% post-COVID 19	Variación (p.p.)
S. PRIMARIO	20,3%	-2,5	5,0%	5,0	15,8%	15,8
IAA	29,1%	0,4	1,7%	-8,3	15,8%	-5,3
DISTRIBUCIÓN MAYORISTA	19,8%	-3,8	53,3%	-20,0	42,1%	-21,1
Asentador de un Merca	1,7%	-0,4	5,0%	0,0	26,3%	-10,5
Empresa de distrib. mayorista, excepto previos	10,1%	-3,0	30,0%	-16,7	21,1%	-10,5
Empresa de servicios de comercialización	6,8%	-3,0	23,3%	-10,0	15,8%	-10,5
Otros	4,6%	1,3	5,0%	1,7	0,0%	-10,5
DISTRIBUCIÓN MINORISTA	22,4%	-3,0	53,3%	-8,3	68,4%	-10,5
Tienda tradicional	16,5%	-2,5	43,3%	-16,7	57,9%	-10,5
Autoservicios	2,1%	-1,3	30,0%	1,7	42,1%	0,0
Plataforma online	4,6%	1,3	15,0%	11,7	10,5%	-5,3
Asociación de consumidores	11,8%	0,4	15,0%	0,0	15,8%	-5,3
Mercadillos	3,0%	-2,5	0,0%	-5,0	36,8%	-10,5
Mercado municipal	6,3%	-1,3	10,0%	0,0	42,1%	-10,5
Otros	2,5%	-0,8	5,0%	-5,0	5,3%	-15,8
HORECA	11,4%	-15,6	28,3%	-35,0	31,6%	-21,1
VENTA DIRECTA	48,9%	1,7	56,7%	13,3	26,3%	5,3
En mi establecimiento	11,8%	-7,6	18,3%	-10,0	26,3%	10,5
A domicilio	31,6%	5,5	33,3%	25,0	10,5%	10,5
Online	19,0%	8,9	25,0%	16,7	15,8%	15,8
Otra modalidad	12,2%	-1,3	5,0%	-8,3	5,3%	0,0
OTROS CANALES	8,9%	-2,1	11,7%	0,0	0,0%	-10,5

Gráfico 7. Retos para los próximos meses



4. Conclusiones

Se decide lanzar un sondeo para evaluar el impacto del COVID-19 en el sector agroalimentario. Los resultados obtenidos muestran una afectación elevada, especialmente en los eslabones de la IAA y en el comercio mayorista, con impactos derivados del propio estado de alarma (con el cierre del canal HORECA como la principal problemática), que generaron una disminución de la demanda, entre otros, y un aumento de excedentes. Pese a la situación excepcional, se mantiene en gran medida el número de trabajadores, la variedad y la disponibilidad de productos. El sector ha reaccionado, mostrando una rápida capacidad de actuación. Aun así, se prevé que el impacto de la crisis se mantendrá en el corto-medio plazo. Queda por analizar con detalle las afectaciones a nivel de los diferentes subsectores económicos.

Referencias

DARP (2020). “Informe sobre el Sistema Agroalimentari a Catalunya”.

Agradecimientos: Agradecemos la participación de todos los encuestados, así como de los gremios y/o asociaciones que han colaborado en la difusión de la encuesta, en especial la Escola de Pastors de Catalunya, la Càtedra de Agroecologia de la UVic y la cooperativa Arran de Terra.