

El Consorcio de Seguros obtiene el peor resultado en diez años por el ramo agrícola

Logra un beneficio de 29,6 millones tras registrar una siniestralidad que se ha duplicado

Aitor Caballero Cortés MADRID.

El Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) registró en 2023 uno de los peores años hasta la fecha por el aumento de la siniestralidad, en especial en el seguro agrario.

Así lo detalla el informe anual del organismo público del pasado ejercicio, en el que vio como los gastos debido a siniestros se multiplicaron más que por dos respecto a 2022, superando los 1.000 millones de los 473 millones en el año anterior. Esto ha provocado que los márgenes se estrechen, ya que las primas y los recargos imputados (o ingresos) aumentaron apenas un 5,2%, pasando de 1.044 millones a 1.099 millones. Como resultado técnico de la entidad pública quedan 29,6 millones de beneficio, la peor cifra en una década, de acuerdo con los informes anuales que están disponibles en la web. El último recoge datos desde 2014.

Comparado con el 2022, la diferencia es abismal: aquí, el Consorcio logró un margen de 571,1 millones, uno de los mejores hasta la fecha. En cambio, la caída respecto a 2023 fue de un 94,8%.

De récord en récord negativo

El margen técnico no fue el único récord negativo que padeció el Consorcio en 2023. El gasto en siniestralidad ya comentado, que superó los 1.000 millones, también es el peor históricamente. Pero además, el ratio de siniestralidad sobre las primas también fue el más alto hasta la fecha, con un 97,3%. Este índice explica los siniestros en relación con las primas, y si supera el 100% significaría que por cada prima ha habido al menos un siniestro.

Por otro lado, el ratio combinado es otro de los porcentajes a re-

Inundación y viento, los eventos más caros

El pasado año estuvo marcado por eventos climatológicos extremos. En especial, las inundaciones y los daños por viento fueron los que más le costaron al Consorcio de Compensación de Seguros: algo más de 450 millones de euros, según reportan en el informe de actividad. Las inundaciones de septiembre en Toledo, Madrid, Cuenca, Ciudad Real, Segovia, Valencia y Castellón supusieron 168 millones de euros de coste, sumado a otros 80 millones de la inundación en Zaragoza en julio. Por su parte, las tormentas por las borrascas Aline y Bernard provocaron un gasto de 49 millones.

visar siempre en el sector asegurador. El resultado también es histórico –negativamente hablando–, ya que ha crecido 52 puntos porcentuales respecto a 2022 y alcanzó el 103,7%. Al igual que el ratio de siniestralidad, si supera el 100% este supone que la entidad no es rentable, ya que compara los ingresos por primas y los gastos de siniestralidad y otros. En otras palabras, por cada 100 euros ingresados por una prima, el Consorcio ha tenido que pagar 103,7 euros por dicha prima debido a siniestros.

Estos malos datos vienen empujados, tal y como se ha mencionado antes, por el sector agrario. El Consorcio así lo destaca en el informe anual, ya que la siniestralidad en este ramo ha sido la peor de su historia, y desde el organis-

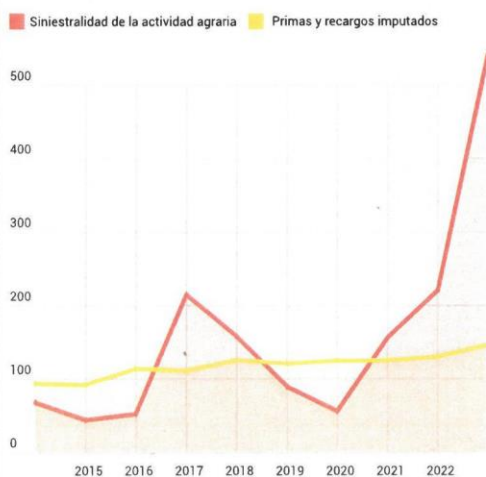


Las cuentas del Consorcio de Seguros

Resultados del Consorcio de Compensación de Seguros (mill. €)

Concepto	2022	2023	Variación
Primas y recargos imputados	1.044,50	1.099	5,22 %
Siniestralidad	473,4	1.069,40	125,90 %
Margen técnico	571,1	29,6	-94,82 %
Ratio de siniestralidad sobre primas (%)	45,30 %	97,30 %	+52 p.p.
Ratio combinado sobre primas (%)	51,70 %	103,70 %	+52 p.p.

Actividad del ramo agrario (en millones de euros)



Fuente: Consorcio de Compensación de Seguros.

el economista

mo hacen un llamamiento a "ajustes técnicos para asegurar la estabilidad de estas coberturas como instrumento básico de la política agropecuaria".

El Consorcio de Compensación de Seguros tiene una participación de un 10% en el cuadro de coaseguro del Seguro Agrario Combinado, gestionado por Agroseguro. También complementa la cobertura de la entidad privada y garantiza el 100% de los riesgos previstos en cada plan anual. Además, el Consorcio actúa como el reasegurador del exceso de siniestralidad del cuadro del coaseguro. Con todo ello, la compañía privada registró el año pasado un crecimiento de la siniestralidad del 56,5%, y un ratio del 169%, situación que, como resalta la compañía, se da por cuarto año consecutivo y es una constante desde 2012 a excepción de dos años.

En cuanto a las cuentas del propio Consorcio, a pesar del récord de ingresos el pasado año (146 mi-

Más del 50% del gasto siniestral del Consorcio provienen de la actividad agraria

llones de euros comparado a los 130 del 2022), la siniestralidad ha crecido más del 100% y es prácticamente cuatro veces los ingresos. Esto conlleva que el margen sea negativo por valor de 396,7 millones de euros, cuando el año pasado las pérdidas fueron de 90,4 millones de euros. En total, el gasto siniestral de la actividad agraria es algo más del 50% del gasto total del Consorcio, mientras que los ingresos apenas representan el 10%.

Por último, en cuanto a la actividad liquidadora del Consorcio, la entidad pública ha hecho frente a dos liquidaciones. Este ramo tuvo unos ingresos de 66,9 millones y prosigue con un ratio de gastos sobre primas negativo (-1,6%), aunque empeora si se compara con los datos de 2022 (-3,3%). El beneficio fue de 67,9 millones de euros.



José Manuel Sánchez, con sus ovejas en Becilla de Valderaduey (Valladolid). EMILIO FRAILE

PAZ ÁLVAREZ
Madrid

Es el segundo año que José Manuel Sánchez recorre con su rebaño de 1.550 ovejas, y la ayuda de su padre y sus dos tíos (los tres septuagenarios), los más de 600 kilómetros que separan Huertas de Ánimas (Cáceres), donde nació hace 44 años, de Valverde de la Sierra, en León. Allí, en el parque regional de los Picos de Europa, permanecerá hasta el 15 de octubre, viviendo en una cabaña con lo mínimo. Su única compañía, salvo cuando vayan su esposa y sus dos hijos de visita, son las ovejas. Si sus animales se mezclan con otro hato los identifica a todos.

Pregunta. Es de los pocos ganaderos que hace la trashumancia a pie. ¿Le gusta cumplir con esta tradición?

Respuesta. En España hay cuatro o cinco que yo conozca, que lo hacen. Es duro, hay que ir andando y siempre pendiente del ganado, durmiendo a la intemperie, en una tienda de campaña o al aire libre. Llevamos un remolque para transportar la comida o a alguna oveja, y también un burro. Este año he sido el único que la ha hecho desde Extremadura. Nadie lo quiere hacer. La gente joven no quiere trabajar en el campo. Prefieren irse de fiesta, porque este trabajo es muy sacrificado, y cobrar las ayudas que dan.

CONVERSACIONES A LA CONTRA

“Nadie quiere ser pastor”

José Manuel Sánchez

Ganadero trashumante

“Vivo en una cabaña, cojo el agua de un río, me aseo en el campo. Parecerá raro, pero me gusta”

El problema es que se le da dinero fácil a la gente. El paro, las ayudas de 400 o 500 euros, y ya nadie quiere hacer un trabajo de este tipo.

P. ¿Cuánto gana un pastor?

R. Eso es relativo. Se puede cobrar entre 1.600 y 1.800 euros limpios, con un rebaño de 1.500 ovejas. También depende de si se tiene finca propia o de alquiler. Yo la tengo de alquiler y estoy solo. Unas veces ganas más y otras menos. Y si tienes a una persona se te van las ganancias. Es muy sacrificado. Hay que estar todos los días trabajando, no existen los fines de semana libres porque al ganado hay que atenderlo a diario.

P. ¿Esa es la razón por la que no hay más pastores?

R. Hay escuelas de pastores que forman poco en la práctica. Es bueno estudiar y aprender, aunque lo que hay que saber es andar con el ganado. Debería haber más pastores, pero la gente quiere tener los fines de semana libres. Es un trabajo bien pagado. Yo he llegado a ofrecer bastante dinero por hacerlo y no he recibido respuesta. Ya se está viendo en la hostelería.

P. ¿Cómo se organiza, le queda tiempo libre?

R. Cuando estoy en Extremadura tengo más tiempo libre. Me levanto temprano y así puedo desentredarme un poco durante el día, pero si no se puede ir de fiesta no se puede. Yo me he perdido muchas fiestas, porque el ganado es lo primero. Aquí, en Valverde, estoy todo el día con ellas. Vivo en una cabaña, tengo luz para una bombilla, cojo el agua para lavarme de un riachuelo que tengo a 50 metros, me aseo en el campo, dormimos en unos tableros tipo litera, tengo una cocina de butano, una chimenea antigua y un foco de placas solares. Puede parecer raro, pero a mí me gusta.

P. ¿Siempre quiso dedicarse a este oficio?

R. Siempre. A mí me enseñó todo mi padre. Cuando llegaba del colegio tiraba la cartera con los libros y me iba corriendo detrás de él, con las ovejas. Me encantaba. Yo seguiré siendo pastor hasta que me jubile. Me gustaría que se modernizara un poco este oficio, que hubiera ayudas, que se pagaran bien los precios, como el de la lana. Que hubiera un equilibrio. Los piensos están muy caros, y debería haber un mayor consumo de carne de cordero.

P. ¿Usted tiene relevo en casa?

R. A mis hijos, una niña de 15 años y un niño de 12, les gusta esto de las ovejas. Si finalmente decidieran dedicarse a ello tampoco me disgustaría, pero sí me gustaría que tuvieran a alguien trabajando con ellos para que pudieran estar más libres.

Saber Hossain Chowdhury

Ministro de Medio Ambiente de Bangladés

“No hemos causado la crisis climática, ¿y tenemos que pedir dinero para solucionarla?”

ALEJANDRA AGUDO

Dacca

Saber Hossain Chowdhury (62 años) asumió en enero el Ministerio de Medio Ambiente de Bangladés, uno de los países más vulnerables a los desastres naturales del planeta. Pero hacer frente a estas amenazas no es tarea exclusiva de su gabinete ni de su país, apunta el ministro. “Se necesita solidaridad global”. Formado en Estudios Orientales y Africanos por la Universidad de Londres, ha destacado en su trayectoria por ser un firme defensor de los derechos de las mujeres y la biodiversidad. En esta entrevista, en su vivienda en Dacca, no ahorra críticas al mundo desarrollado por la falta de premura en la lucha contra la crisis climática.

Pregunta. ¿Cuáles son los principales desafíos relacionados con el cambio climático que enfrenta Bangladés?

Respuesta. Ya sea la seguridad alimentaria, la salud o el suministro de agua dulce, todo se ve afectado por el cambio climático. No lo vemos como una amenaza, sino como un reto existencial porque ya está sucediendo. En el norte, los glaciares se están derritiendo más rápido que en cualquier otro lugar del mundo. Eso significa inundaciones a corto plazo y escasez de agua a largo. En el sur, estamos expuestos a la subida del nivel del mar, lo que significa desplazamiento de personas e intrusión de la salinidad. La producción de alimentos está en peligro. Ahora sufrimos sequías y el arroz, que es nuestro principal cultivo, depende de la cantidad adecuada de agua en un momento determinado del año. Y, por supuesto, tenemos los ciclones.

P. ¿Cómo afecta el cambio climático al desarrollo del país?

R. En términos económicos, perderemos el 2% de nuestro PIB de aquí a 2050, según el Banco Mundial. A finales de este siglo, el 9%. Estamos creciendo al 6,5%. Así que, si el impacto del cambio climático nos quita el 9% del PIB, se convierte en un crecimiento negativo. Cada año, las inundaciones nos cuestan mil millones de dólares. Y el desarraigo por el desplazamiento de personas es un coste social que ni siquiera se tiene en cuenta. Somos uno de los países más densamente poblados del mundo [más de 170 millones de habitantes]. Si se pierde el 17% de la superficie terrestre debido a la subida del nivel del mar, se aumenta más la densidad del país.



Saber Hossain Chowdhury, en su casa en Dacca el día 4. S. K. REDUCO

P. Los informes del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC) reconocen la vulnerabilidad de Bangladés. ¿Cree que esto se traduce en un apoyo suficiente de la comunidad internacional?

R. En absoluto. El sexto informe de evaluación del IPCC se basa en datos de 2018 y estamos en 2024. Así que el IPCC subestima la realidad. Suponiendo que el aumento de la temperatura se mantenga en 1,5 C, necesitaremos 9.000 millones de dólares al año solo para adaptarnos. Si sube dos grados, esa cifra será mucho mayor. Pero la brecha más importante es la de la confianza. Cada vez que se hace una promesa y no se cumple, esa brecha aumenta. Se necesita una respuesta global a un problema global. Pero esta solidaridad se ve socavada una

otra vez por el incumplimiento de las promesas.

P. ¿Los países ricos no están a la altura del desafío?

R. Lo fundamental es que lo que ocurre en Bangladés no se queda en Bangladés. Por ejemplo, cuando la subida del nivel del mar no es un problema exclusivo de este país. Partes de EE UU o Europa quedarán bajo el agua. No se trata de si los demás se verán afectados, sino de cuándo. Bangladés es el canario en la mina de carbón. Si nosotros no sobrevivimos, los demás tampoco lo harán.

P. El año pasado finalmente se movilizaron los 100.000 millones de dólares anuales a los que se habían comprometido los países desarrollados.

R. Se necesitan billones. Y estamos hablando de billones sin cumplir ni de lejos con los 100.000 millones, que serían un 50% para adaptación y un 50% para mitigación. Se suponía que la financiación sería en condiciones favorables, pero en muchos casos son comerciales. Nosotros no hemos causado el problema climático. ¿por qué tenemos que pedir préstamos para solucionarlo? Nos vemos obligados a elegir entre luchar contra la pobreza o contra el cambio climático. Es una elección que ningún país debería tener que hacer.

“Bangladés es el canario en la mina. Si no sobrevivimos, los demás tampoco”

“Nos vemos obligados a elegir entre combatir la pobreza o el calentamiento”

Los hogares gastan un 7,5% más en alimentación pese a consumir menos

El crecimiento anual del IPC desde 2014 ha reestructurado la cesta de la compra

Pablo Seco MADRID.

Los hogares pagaron en 2023 más a cambio de menos: *reducción* en estado puro. La escala de precios que sufre España a raíz del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania fue la principal causante de los estragos que sufrió el presupuesto que los españoles destinaron a la compra de alimentos y bebidas a lo largo del año, con un incremento en el precio medio del 8,3% y un gasto total de 115.900 millones de euros, lo que equivalió a un 7,5% más en el cierre de facturación global con respecto al año anterior. El aumento general presupuestario no se tradujo en mayor consumo, ya que se ha podido observar una ligera disminución del 0,7% en la demanda de alimentos y bebidas.

El último informe publicado por el Ministerio de Agricultura y Pesca sobre el consumo de alimentos y bebidas en 2023 también indica que se experimentó una ligera reestructuración en la cesta de la compra, como consecuencia directa del crecimiento anual que el Índice del Precio al Consumo (IPC) viene experimentando desde el año 2014, cerrando el año 2023 con una cifra del 3,1% en el apartado de alimentos y bebidas no alcohólicas. Los

datos de la cartera ministerial entran en sintonía con los proporcionados a *elEconomista.es* por parte de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), según la cual la inflación y la consecuente subida del IPC tuvieron efectos negativos sobre el precio medio de una cesta de la compra, con un encarecimiento de hasta un 38%, aunque dicho aumento se elevase hasta un 47% en tan sólo los últimos cuatro años, con un aumento del valor de los alimentos y bebidas del 11,9% y del 8,9% respectivamente, según el estudio Kantar.

Una crisis segmentada

La tendencia alcista de la mayoría de productos alimentarios en España no llegó a afectar a todos los elementos de la misma forma, ni en los mismos niveles. Ejemplo de esta variedad es el ligero contraste existente entre el crecimiento de un 0,3% del volumen de demanda de la alimentación fresca y la disminución de la intensidad de compra de los alimentos congelados en un 0,9%.

Dentro de todos los segmentos de la compra, el sector con el que más se intensificó la crisis de demanda fue el oleícola, con una disminución de su volumen de un 3,3%

Previsiones positivas para el próximo año

A la ligera disminución del número IPC en alimentos y bebidas no alcohólicas en el último tramo del 2023 con respecto al 2022 (se pasó del 5,7% al 3,1%), se le suma el estancamiento en un 3,9% en enero de 2024 de la escalada de precios de los alimentos, según datos del Índice de Precios Industriales (IPI). Todo parece indicar que la subida continua de precios que los consumidores se ven obligados a asumir cada vez que acuden a los grandes supermercados tiende a estabilizarse, aunque continúan sufriendo las pérdidas y las consecuencias de la todavía existente inflación

como consecuencia directa de la alta tasa inflacionista que este preciado bien ha soportado a lo largo de los últimos años. Comprar un litro de aceite en 2023 supuso un coste de media 0,80 céntimos su-

perior que en el año anterior, es decir, un 21% más.

No se queda aquí. El dato se vuelve especialmente alarmante cuando se observan y comparan las cifras con las del año 2021, habiendo aumentado el precio en hasta un 75% a lo largo de los dos años seguidos, lo que supone un precio de 2 euros más por cada litro de este ahora convertido en *oro líquido*.

Esta tendencia inflacionista explica cómo los españoles tuvieron que destinar de media un 17,5% más de su presupuesto per cápita para incluir este bien tan preciado en su cesta de la compra, que llega a representar el 2,58% del gasto en el total de alimentos. Aunque el dinero asumido por los consumidores aumente, el volumen de aceite adquirido por los españoles se redujo considerablemente.

El perjuicio que padeció el tradicional aceite oliva virgen extra (AOVE) a consecuencia del aumento exponencial de su precio entra en claro contraste con el éxito cosechado por el de girasol, en cuanto a la producción y consumo generales. Este rival vio incrementada su demanda en hasta un 24,6% con respecto al año anterior, en detrimento de la disminución que experimentó su mayor oponente en

el mercado. El competitivo precio del aceite de girasol, que no alcanza los 2 euros por litro, explica su ventajosa posición y cómo este ha logrado erigirse como el ganador del primer puesto en todo un sector oleícola zarandeado por una crisis de la demanda, llegando a representar un 33,8% del volumen del mercado, mientras que el AOVE perdió hasta el 23,8% del volumen de compras en comparación con el año 2022.

Productos esenciales

Aunque de manera menos acusada que en el caso del aceite, los alimentos pesqueros, cárnicos y lácteos también se toparon con una situación inflacionista que trastornó de manera indirecta la composición de la mayoría de las listas de la compra.

El pescado se convirtió en un bien cada vez menos asequible para el

El aceite de oliva es el producto más encarecido a causa de la tendencia general inflacionista

común de los consumidores, quienes en términos per cápita gastaron un 3,6% más de su dinero, aunque por una cantidad de un 2,2% menor. El aumento del 71% del precio medio con respecto al registrado en el 2022 convirtió la caída de la demanda en un fenómeno estructural y transversal a todos los derivados del mar, desde los géneros en conserva hasta los moluscos y crustáceos, de manera que los españoles consumieron una media de 18,56 kilos por persona al cierre del año 2022.

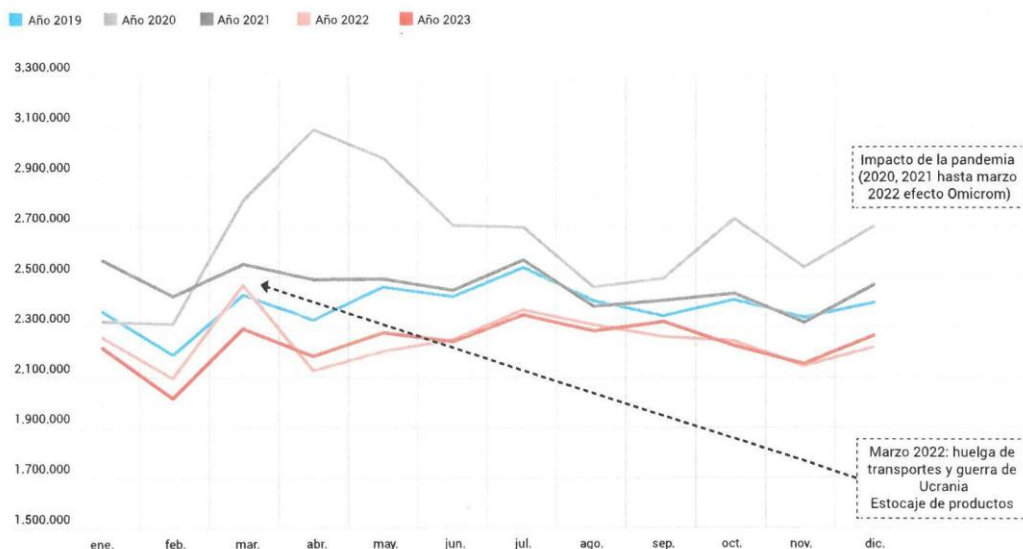
En una situación bastante distinta se encontró la carne, cuya adquisición ha incrementado hasta llegar a un 6,4% más que el año anterior. Sin embargo, no estuvo exento de sufrir una ligera subida de precios de entorno al 7%, lo que explica el aumento de su facturación.

El incremento del consumo de productos cárnicos en un 6,4% durante 2023, por su parte, se debió principalmente a la tendencia española de este último año a comprar más carne de pollo, concretamente un 15% más. Se convierte así en el *producto estrella* de toda la gama de carne fresca, cuya demanda total incrementó un 8,7%.

De la misma manera, el precio de la leche tampoco se libró de los vientos inflacionistas de los productos alimenticios. Con un crecimiento del 12,2% en contraste al año anterior, su consumo se ha visto reducido en casi un 3%, lo que se asemeja a la situación del resto de derivados lácteos que presentan un crecimiento de su valor monetario del 11,8%, tendencia que viene acostumbando a los españoles desde el año 2008.

El aumento del IPC cambia los hábitos alimenticios de las familias

Volumen alimentación en hogar (miles kgs/litros)



Fuente: Kantar.

el economista

La brecha de género de las nuevas pensiones cae a la mitad en dos décadas

La prestación media que perciben las mujeres es un 32,7% inferior que la de los varones

José Miguel Arcos MADRID

La sociedad del pasado define, parcialmente, las pensiones actuales. El siglo XX fue un período de transformación económica global en el que uno de los mayores hitos fue la incorporación de la mujer al trabajo. España, tras la guerra civil y la dictadura, acogió el modelo europeo y el género femenino pudo acceder al trabajo y, así, generar derecho a pensión contributiva. Aún así, la brecha de género aún es amplia en el sistema de pensiones español. La prestación media total que perciben las mujeres todavía arroja una diferencia cercana al 33% respecto a la pensión de los hombres. Aunque este efecto se está corrigiendo progresivamente, pues las nuevas altas de jubilación han reducido a la mitad la brecha de género en las últimas dos décadas.

Y es que generar una pensión es una carrera de fondo. En este caso, la llegada a la línea de meta ofrece una foto *finish* que dibuja el panorama que aún acarrea las mujeres una vez llega el retiro: sus cotizaciones sociales aportadas a la Seguridad Social son inferiores en promedio, lo cual les genera pensiones más bajas y son mayoría en las prestaciones no contributivas por no alcanzar, en esos casos, los años requeridos cotizando a la Seguridad Social.

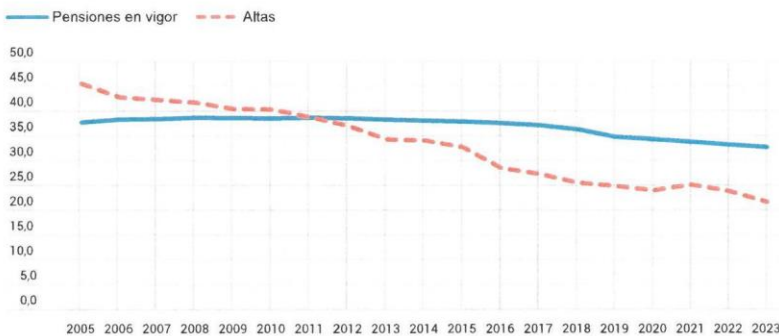
El primer pilar de la Seguridad Social sostiene ya a 9,1 millones de pensionistas con algo más de 10 millones de prestaciones. Por supuesto, con amplias diferencias según el tipo de pensión o el sexo. La prestación media de las mujeres es inferior a 900 euros mensuales –especialmente reseñable en los casos en los que la mujer únicamente percibe un complemento de mínimos, pues son el 27,5% de las prestaciones con titularidad femenina– frente a los 1.319 euros percibidos por los varones (el citado 32,7%).

La brecha entre las pensiones que causan alta y las que causan baja, a su vez, es cada vez menor. El conocido como efecto sustitución ha pasado de suponer una brecha del 22% superior para las altas respecto a las bajas, a ser el 13,5%. “Esto significa que las bases reguladoras que están dando lugar a las nuevas pensiones recogen variaciones salariales que cada vez se asemejan más a las variaciones conjuntas del IPC y de las mejoras de pensiones que vienen afectando a las pensiones que causan baja”, explicaba el Consejo Económico y Social en su memoria anual.

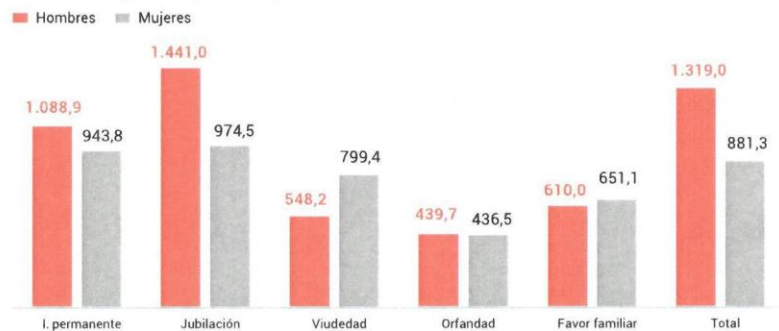
Las mayores brechas se producen, además, en jubilación e incapacidad permanente y tienen que

Evolución de la brecha de género de las pensiones

Brecha de género, en porcentaje



Pensión media por sexo (euros/mes)



Fuente: Memoria anual del Consejo Económico y Social (CES).

elEconomista.es

ver con la diferente participación de hombres y mujeres en el mercado laboral y con rasgos diferenciales en los empleos que ocupan, además de otros factores como su desigual adscripción a los cuidados familiares. A la par, el género femenino tiene una presencia mayoritaria en las clases de pensiones con cuantías más bajas (viudedad, en favor de familiares o SOVI).

“En términos generales, estas generaciones de mujeres mostraban

trayectorias laborales más irregulares, con un mayor número de interrupciones, asociadas tanto a la mayor incidencia de la contratación temporal y del desempleo, como a la maternidad y cuidado de hijos e hijas y de personas dependientes, además de una mayor presencia en empleos a tiempo parcial y de menores salarios que los hombres”, explica en el informe los expertos.

Pero la brecha se va reduciendo, bien por las nuevas carreras de co-

titización que entran a la jubilación o por las propias medidas implementadas. “Con el paso de los años se han ido reduciendo las diferencias entre hombres y mujeres, tanto por la incorporación al sistema de generaciones de mujeres con una mayor participación laboral y un nivel formativo más elevado, como por las mejoras introducidas en el sistema para paliar estas diferencias”, explican.

“De hecho, si en lugar de considerar las pensiones en vigor se atiende a las nuevas altas, se observa cómo en 2023 la pensión media de las mujeres ascendía a 1.068 euros, frente a 1.361,4 euros en los varones, lo que implica una brecha de género del 21,5 por 100. Por otra parte, a 1 de enero de 2024, 661.981 pensiones percibían el complemento de las pensiones contributivas para la reducción de la brecha de género, de las cuales el 90,4 por 100 eran mujeres, con un importe medio mensual de 32,2 euros por hijo o hija”, añaden.

Nueva reunión para desatascar la reforma de la jubilación anticipada y flexible

El Gobierno se comprometió con los interlocutores sociales a agilizar la negociación para reformar la jubilación que permite compatibilizar salario y pensión en su modalidad anticipada o demorada. Los sindicatos manifestaron la necesidad de agilizar las conversaciones y esperan recibir una propuesta por escrito de parte del Ministerio para tratar de cerrar un acuerdo antes de vacaciones. Hoy, lunes 22 de julio, hay una nueva cita en la que el Gobierno deberá acercar posturas sobre las diversas modalidades de jubilación a reformar.

La afiliación crece en casi 100.000 trabajadores en la mitad de julio

El inicio de la temporada estival deja más de 21,4 millones de trabajadores en el mercado laboral

elEconomista.es MADRID

Buenas noticias para el mercado laboral. La Seguridad Social registró más de 21,4 millones de afiliados en la primer quincena de julio, lo que supone 96.116 ocupados más que a finales de junio, según los datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones a través de un comunicado.

Con los datos hasta el 15 de julio, el número total de afiliados ha aumentado en 506.864 en la serie ajustada, en el último año, y en 1,82 millones de personas desde antes del inicio de la pandemia.

Descontando la estacionalidad y el efecto calendario, desde el inicio de 2024 se han creado 337.992 empleos, una cifra en línea con los niveles prepandemia hasta situarse en los 21.180.928 afiliados, con un incremento de más de 29.000 personas en las últimas dos quincenas.

“El mercado de trabajo mantiene su dinamismo, a 15 de ju-

337.000 EMPLEOS

El mercado laboral ha creado 337.000 nuevos empleos desde el inicio de este 2024

lio superamos los 21,4 millones de afiliados y nos acercamos a los 21,2 millones de ocupados si descontamos la estacionalidad y el efecto calendario”, destacó ministra de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, Elma Saiz.

Elevado peso turístico

Ya en el inicio de la campaña veraniega se observó una elevada presencia del turismo en el empleo generado en el primer mes estival.

Los afiliados a la Seguridad Social vinculados a las agencias de viajes y operadores turísticos aumentaron un 7% en junio con respecto al mismo mes del año previo. Del total de afiliados, el 71,8% de los que trabajan en agencias y operadores turísticos fueron asalariados, con un total de 51.138 (6,9% vs 2023), mientras que el 28,2% fueron autónomos, hasta 20.123 empleados (+74%), según datos de Turespaña y consultados por Europa Press.

Vall Companys crece un 38% en 2023 y factura más de 4.000 millones

El grupo agroalimentario obtuvo un beneficio neto de 243 millones de euros

Javier Mesa MADRID

El grupo agroalimentario Vall Companys cerró el año pasado con una facturación de 4.148 millones de euros, un 38% más que el ejercicio anterior, posicionándose como uno de los principales actores de la industria alimentaria española.

Tal y como muestran las cuentas de la compañía, el grupo obtuvo un margen del 5,8% respecto a las ventas a terceros, que se tradujo en un beneficio neto de 243 millones de euros. En este sentido, la firma destaca el incremento del margen del 2% respecto 2022 derivado de la capacidad de tener un coste de producción más óptimo que los precios de lonja, una política de coberturas estratégica en la contratación de materias primas de alimentación animal y energía, y sinergias y eficiencias comerciales.

Asimismo, el grupo atribuye el crecimiento en facturación a los precios históricos de cotización del porcino en Mercolleida y el desequilibrio entre la oferta y la demanda, a la adquisición en enero de 2023 de Embutidos Rodríguez y de Grupo Sada, así como a la culminación a finales de 2022 de la fusión de su división harinera con Caja Rural de Navarra.

Perfil exportador

Por área de negocios, las ventas principales de la división harinera se realizan en el ámbito nacional, al igual que la avícola, que exporta un 7% de su producción, mientras que el negocio porcino cuenta con un peso exportador de más de un

30% con Europa Central y Asia como principales mercados.

El grupo desarrolla desde 2017 una estrategia de crecimiento en América Latina mediante su entrada como accionista minoritario en empresas agroganaderas de Perú, Colombia, México, Uruguay y Brasil, donde en 2023 cerró su participación en Master Agroindustrial.

Fiel a su política de reinversión continua, el grupo mantuvo el ritmo de inversiones en sus instalaciones en 2023 para ser referente en innovación, calidad y seguridad alimentaria a escala nacional e internacional, con un desembolso de 87 millones de euros.

Así, en 2023, el grupo destaca la consolidación de su proyecto de cerdo ibérico tras hacerse con el 100% de las instalaciones de sacrificio y despiece de Embutidos Rodríguez en Soto de la Vega (León), hito que le permitió pasar de sacrificar 33.000 cerdos ibéricos en 2017 a 320.000 el año pasado.

Esta fuerte apuesta por el producto de alta calidad se elevó re-



Sede de Vall Companys. EFE

cientemente tras la adquisición, a través de su filial Agrocresa, de la firma salmantina Ganadería Casaseca, especializada en la cría del cerdo ibérico y que se encontraba en pre-concurso de acreedores.

De esta manera, la división de ibérico del grupo familiar sumaba una firma especializada en la integración ganadera y crianza de ibérico, propietaria de una fábrica de piensos en Castellanos de Moriscos (Salamanca), con una capacidad de producción de 150.000 toneladas anuales y una red de granjas propias e integradas con más de 9.000 cerdas capaces de producir 130.000 ejemplares al año. Asimismo, extendía la presencia del grupo cárnico a lo largo de la Ruta de la Plata del ibérico desde sus instalaciones en León hasta el municipio onubense de Jabugo donde desarrolla producción ganadera mediante bellota y cebo, pasando por las dehesas y granjas de Extremadura y Salamanca.

Agente vertebrador con empleo de calidad en la España rural

En su comunicación de resultados, el grupo resalta su apuesta por convertirse en un agente vertebrador de la España vacía mediante la generación el año pasado de 12.558 empleos directos en sus plantas productivas y servicios centrales, lo que supuso un crecimiento del 9,2% respecto al año anterior. La mayoría de estos puestos de trabajo, destacan, se generó en poblaciones de la España rural, donde el grupo tiene sus centros productivos y en los que ofrece formación continua mediante una inversión de más de 490.000 euros en 2023.

Capsa Food compra el 40% de la gallega Innolact

La adquisición no conllevará cambios en la cúpula directiva

Ruth Lodeiro S. DE COMPOSTELA

Capsa Food (propietaria de Central Lechera Asturiana) firmó ayer el contrato de compra del 40% del capital Innolact S.L. (Quescrem), que hasta este momento pertenecía de diferentes accionistas minoritarios, quedando el otro 60% en manos de los socios fundadores de esta láctea gallega especializada en queso crema.

La adquisición, formalizada el 16 de julio, no conllevará ningún cambio en la dirección y gestión de Innolact, continuando al frente de la misma su actual Director General, Sergio Martínez, socio fundador de 'Quescrem', según indican desde la compañía.

En lo que se refiere a su actividad productiva, tampoco sufrirá ninguna variación porque continuará desarrollándola en sus actuales instalaciones ubicadas en Galicia, donde también lleva a cabo su recogida, apoyando así las explotaciones ganaderas gallegas.

Según Capsa, esta alianza estratégica permitirá a Quescrem consolidar y dinamizar su plan de crecimiento en los distintos segmentos que opera: queso crema y mascarpone, aumentando su impacto en el sector lácteo gallego a través del aprovisionamiento de leche gallega y contribuyendo al desarrollo del empleo rural en Castro Riberas de Lea, lugar donde se encuentran sus fábricas.

La empresa avanza que también avanzará su expansión con la inminente puesta en marcha de una importante ampliación de su segunda fábrica en Castro de Rei, con una inversión de más de diez millones, dentro de un plan global de inversión que supera los 16. En 2023 facturó 25 millones de euros.

Estrella Galicia entra en la cervecera artesanal de los Serratos

Hijos de Rivera toma una participación del fabricante valenciano Tyrís

Á. C. A. VALENCIA

El grupo alimentario Hijos de Rivera, dueño de Estrella Galicia y de otras marcas de bebidas como el agua Cabreiroá, se ha convertido en accionista de Tyrís, una de las marcas de cerveza artesanal que han irrumpido con más fuerza en

Valencia. La compañía valenciana está controlada mayoritariamente por Zriser, el *family office* que aglutina la actividad inversora de los hermanos Ana y Pablo Serratos Luján, una de las ramas de la familia empresarial en su día dueña de Valenciana de Cementos y también fundadora de Air Nostrum.

La cervecera valenciana prevé alcanzar este año una producción de más de 500.000 litros de cerveza y una facturación de 1,7 millones de euros. Tyrís, cuyo nombre procede

de la antigua denominación de Valencia antes de la llegada de los romanos y que después se utilizó para dar nombre al río Turia, cuenta con una fábrica de Paterna elabora una gama de propuestas cerveceras artesanas que incluyen variedades como Original IPA y Märzen, así como varios estilos, como Brown Ale, Lager, American IPA o Stout.

Además, la empresa posee Tyrís on tap, un local de hostelería propio en el centro de la ciudad del Tu-

ria en el que se pueden degustar sus diferentes tipos de cerveza.

Según explica Hijos de Rivera, con su incorporación como socio suma a esta marca local a su proyecto *craft*, en que incluye a cerveceras artesanales y del que también forman parte actualmente la portuguesa Nortada y la irlandesa O'Hara's.

Según Pablo Serratos, presidente de Zriser, "creemos firmemente el conjunto de Estrella Galicia y Tyrís beneficiará a ambas organi-

zaciones y permitirá consolidar, más si cabe, la fuerte presencia de ambas marcas en todo el arco mediterráneo."

Corporación Hijos de Rivera, dueña de Estrella Galicia, vendió el año pasado un total de 520 millones de litros de sus cervezas, un 5,3% más, y 230 millones de litros de sus marcas de agua, con un incremento del 5,5%. En conjunto, la facturación del grupo creció un 14,5% con respecto a 2022, hasta los 829 millones de euros.



De izquierda a derecha: Javier Roza, Inés Sagrario, José Ramón Castro, Javier Mesa, Jordi Llinares, Juan Luis Rivero y Jaume Alsina. REMO VICARIO

La digitalización es una herramienta clave para el avance de la industria alimentaria

Es un cambio indispensable para que el sector se adapte mejor a las necesidades de los consumidores

Paola Valvideres MADRID

La digitalización ha traído una marea de nuevas herramientas que han fomentado el avance de muchos sectores desde la llegada de internet a nuestras vidas. Ahora este impulso toma especial interés para la industria alimentaria y de bebidas, un sector que para adaptarse a las necesidades de los consumidores debe de mejorar constantemente sus procesos.

Hay muchos ejemplos de compañías con el sello español que han puesto en marcha la digitalización en sus fábricas, pero que pueden verse beneficiados con la colaboración entre las entidades públicas y empresas privadas, un motor para los proyectos innovadores en esta área. Ya que, para llevar a cabo estos cambios es necesario inversión y financiación, que para gran parte de los miembros de este sector

puede llegar a ser complicado por

Estas son algunas de las conclusiones del Observatorio *Hacia la transformación digital de la industria de la alimentación y bebidas*, organizado por *elEconomista.es* y Siemens. En este foro compartieron sus ideas sobre el futuro del sector en este aspecto, el director general de Siemens Digital Industries para España y Portugal, José Ramón Castro; Javier Roza, director general para España y Portugal de Mantecueras Arias; Juan Luis Rivero, CEO de Azucarera; Inés Sagrario, CEO y cofundadora de Ekonoke; Jaume Alsina, director general de BonÀrea y Jordi Llinares, director general de Programas Industriales del Ministerio de Industria y Turismo.

El último Perte agro

El tejido de la industria agroalimentaria española está conformado prin-

Facilitar el acceso a la financiación es clave para el avance tecnológico de las fábricas españolas

cialmente por pymes. Hasta ahora esta parte del sector no había visto apoyo, pero la puesta en marcha del Perte II les brinda una oportunidad única a estas empresas para sumarse a la ola de la innovación. En esta reunión, Llinares anunció la llegada de un tercer Perte para finales de año, con una normativa más flexible con respecto a la primera entrega de esta ayuda.

Para Castro no son indiferentes estas ayudas, según afirmó "Aquí lo importante es que realmente estos fondos lleguen a este sector, un sec-

tor que está compuesto en más del 99% por empresas pequeñas y medianas". El director general de Siemens opinó que "Toda ayuda es beneficiosa porque son muchos los retos que tenemos por delante, llámale Perte o plan de ayuda".

Retención de talento

Uno de los principales retos y preocupaciones a las que se enfrenta este sector agroalimentario, aunque también es generalizado a otros sectores de nuestro país, es la atracción y posterior retención del talento que llega a sus fábricas. Por otro lado, a estas empresas les afecta especialmente el abandono del ámbito rural, ya que sus principales materias primas se extraen del campo, por lo que el desinterés en el sector primario español tampoco favorece el avance de una industria fundamental para cual-

quier país.

Ante esto, ven la digitalización como una forma de fomentar que los más jóvenes recuperen el interés en estas actividades. Facilitando los procesos de extracción, que suelen apartar la atención, pero que les permite enfocarse en labores relacionadas con el desarrollo digital que también se llevan a cabo en otros sectores.

Nuevas tendencias

Para el futuro del sector se destacó el papel de la inteligencia artificial. Este es un término que pasó a estar en boca de todos de un día para otro, pero que también puede ser un impulso para la industria alimentaria española. El Metaverso Industrial también salió a colación, una forma de poder poner a prueba fábricas y nuevos proyectos en pantallas, sin necesidad de ponerlo en marcha hasta

EL ECONOMISTA (19/07/2024)

“El nuevo Perte agro es el inicio de un gran camino, el cual va a proseguir muchos años más”

En representación del Ministerio de Industria y Turismo, Llinares expuso que el cambio a “unas reglas más sencillas, sin juicio de valor” para favorecer el nuevo Perte agroalimentario. Estos favorecen a esas empresas que no eran tomadas en cuenta anteriormente, ya que en “el sector agroalimentario, lo más acostumbrado eran los sectores tradicionales, y esto es el inicio de un gran camino, el cual va a proseguir muchos años más”. Según aseguró Llinares, este año se repartirán “en septiembre 100 millones de euros en subvención, además anunció que “saldrá otro al final de año de 200 millones de euros”. Además, para Llinares la futura Ley de Industria, todavía sin terminar, tendrá un papel fundamental para fomentar el avance de este sector.

Llinares explicó que durante la pandemia de Covid se vivió un punto de inflexión para la industria, relató que en España es necesario “tener suficientes capacidades industriales”. Para el director general de Programas Industriales no significa que “vivamos en una au-



Jordi Llinares
Director general de Programas Industriales del Ministerio de Industria y Turismo

tarquia, tenemos que tener una economía de mercado abierta y global”. Para ello, defiende que “hay que proteger unos límites mínimos para que en caso de emergencia poder darle una escalada”. Puso de ejemplo que en la pandemia consiguieron que “una fábrica escalará de producir de 20 a 200 respiradores fabricados al día”, pero remarcó que esto se logró esto porque “existía una fábrica previa, aunque era un taller pequeño, una fábrica de una pyme en la que ellos fabricaban, pero ellos ya tenían el conocimiento”. Llinares remarcó que “no se puede tener conocimientos fundamentales de la na-

“Tener los mejores profesionales y que trabajen en buenas condiciones es una cuestión estratégica”

Desde el punto de vista de Mantequeras Arias, el carácter de la empresa de 175 años, de las más antiguas de nuestro país en este sector, se basa en la excelencia de sus trabajadores. Para ellos es “una cuestión estratégica” el contar con “los mejores profesionales y que trabajen en las mejores condiciones”. Al estar relacionados con pro-

ductos frescos, como es el caso de la leche, para Roza el gran desafío en su industria es evitar las pérdidas, por lo que “la tecnología nos debería ayudar” y puede ser una solución.

A través del análisis de datos de los consumidores cree que hay una oportunidad para evitar el desperdicio de alimentos, algo que ya se aplica en tiendas, pero que aun no han logrado la exactitud en sus previsiones. Desde Mantequeras Arias aceptó que “hay variables que tienen que estar ahí y que no las tenemos identificadas aún, solamente para poder hacer una previsión de la demanda con precisión”.



Javier Roza
Director general para España y Portugal de Mantequeras Arias

“No buscamos la digitalización como un fin en sí mismo, los hacemos para ser más eficientes”

Desde la perspectiva del CEO de Azucarera, en la compañía con 125 años de historia no se busca “la digitalización como un fin en sí mismo, lo buscamos para ser más eficientes, entonces el Perte tiene que ser un catalizador” para llevar a cabo estos cambios necesarios para el entorno industrial y rural. Rivero defendió que en el ámbi-

to rural e industrial existen muchos ejemplos como ellos de “muchas gente tiene un montón de proyectos”. Para él, esta nueva financiación es “una oportunidad única para revitalizar un montón de proyectos que son rentables, pero necesitan de un impulso para acelerar”.

Además, Rivero cree en el uso de la digitalización para atraer y retener talento, a través de la búsqueda de “satisfacción en base de ir generando retos. Hacemos muchos movimientos laterales dentro de la empresa (Azucarera), y creo que es una cuestión de adaptarse a las nuevas generaciones, a lo que ellos están buscando”.



Juan Luis Rivero
CEO de Azucarera

“Esta industria está ya experimentando un enorme cambio a través de la digitalización”

Castro defendió que “la industria de alimentación y bebidas en España, podemos llegar a la conclusión de que ya está experimentando una enorme transformación a través de la digitalización de sus plantas y procesos”. Además, señaló tres puntos que son fundamentales para el desarrollo de la industria dentro de su fábricas, que son “la sostenibilidad, la flexibilidad total de la producción y la regulación”. Para el director general estas “son tres de las mayores preocupaciones con las que el sector convive”.

Este es el caso de Ekonoke, “una empresa pionera en el cultivo indoor del lúpulo”, según afirmó el director de Siemens. Ambas empresas han colaborado para implementar el *vertical farming* en la fábrica de Chantada, que según explica Castro “permite más cosechas en un año, con menos consumo de agua. No necesita fitosanitarios. Es ideal para cultivos críticos como el lúpulo”. Para Castro, el objetivo de Siemens es “digitalizar esta tecnología de prototipado que ha llevado a cabo Ekonoke en una primera fase con un



José Ramón Castro
Director general de Siemens Digital Industries para España y Portugal

objetivo de cero fallos para llevarla a una segunda fase de producción”.

Castro puso de ejemplo como a través del SIMATIC PICK AI es posible, este algoritmo permite “un robot pueda coger una pieza sin necesidad de tenerla registrada de antemano”, explicó facilitando los procesos. Castro también remarcó el Metaverso Industrial, un proyecto que han logrado gracias en conjunto con Sony y Nvidia. A través de esta tecnología “el cliente podrá experimentar en un mundo virtual la realidad de su fábrica futura, y podrá modificar su diseño y configuración a su antojo antes de haber invertido un solo euro en la instalación física”, afirmó.

“En Ekonoke, nosotros tenemos una fábrica más que una plantación de lúpulo”

Ekonoke entra dentro de esas empresas que no se habían visto beneficiadas por las ayudas por estar “entre medias” de las clasificaciones gubernamentales, contó Sagrario, CEO del *start-up*. Este es un proyecto que empezó en el ámbito de la investigación, buscaba cultivar lúpulo de forma controlada, cuya evolución los ha llevado a te-

ner “una fábrica, más que una plantación”. Sagrario expuso que desde Ekonoke, la empresa tiene “necesidades de industria, pero por clasificación administrativa somos una empresa de biotecnología”.

Sagrario destacó que “esa combinación de ciencia y tecnología” a través de la “digitalización de un cultivo tradicional de campo, haciéndolo en un entorno controlado nos va a permitir poder darle una garantía de suministro de las variedades de lúpulo que cada cervecera quiera a nivel global”. Además, afirmó que es una forma de “garantizar que no vamos a perder los sabores únicos de las cervezas”



Inés Sagrario
CEO y cofundadora de Ekonoke

“Los tres valores fundacionales son la sostenibilidad, la eficiencia y el compromiso local”

Alsina, contó que la inclusión de BonÁrea en el Perte agro está motivado “porque está alineado con nuestro sentido fundacional”. El director general de la empresa originaria de Gizona, comentó que sus tres valores son “la sostenibilidad, la eficiencia en la cadena valor y finalmente el compromiso local”, especialmente con “la España vaciada del mundo rural. Las urbes que son necesarias para que un país es-

te balanceado en todos los ámbitos”. Para BonÁrea este “Perte ha sido una oportunidad, sino muchos proyectos hubieran sido mucho más difíciles”. Dentro de las mejoras que han logrado introducir en BonÁrea, su director destaca la implementación en sus envases reciclables individuales, a través de un rastreador que les permite “poder trazar el recorrido del producto y darle confianza al consumidor de que ha habido una higienización correcta”. Además, destaca Alsina, en cuanto el uso del *machine learning*, que aplican en “la producción de frío dentro de nuestra fábrica”, ya que supone “el 60% de nuestro gasto energético, explica,



Juame Alsina
Director general de BonÁrea

EL NORTE DE CASTILLA (13/07/2024)