

# Los bares sufren, la industria sobrevive y el súper sube tras un año de la covid-19 en España

[Efeagro](#)

El sector alimentario ha sido uno de los grandes protagonistas de este primer año de pandemia, con una hostelería que naufraga, una industria que logra mantener el rumbo -aunque su afectación varía sobremanera entre unos fabricantes y otros- y una distribución que navega a toda vela en ventas.

La crisis de la [covid-19](#) ha reflejado la profunda interconexión entre los eslabones de la cadena: el virus causó estragos desde el primer momento entre bares y restaurantes, y enseguida contagió a sus proveedores, con consecuencias tanto para el supermercado (que tuvo que absorber un repentino aumento de la demanda) como para la actividad agraria.

Porque agricultores y ganaderos tuvieron que afrontar una caída de los productos más asociados a la hostelería y un incremento de los comprados para llenar la despensa.

La hostelería es, junto con el turismo, el sector económico más afectado por la pandemia y se calcula que ya ha cerrado casi una tercera parte de los más de 300.000 establecimientos que tenía el país a cierre de 2019.



**La hostelería es, junto con el turismo, el sector económico más afectado por la pandemia**

Con una caída de ventas próxima al 50 % el pasado año, los dueños de bares y restaurantes también han cobrado notoriedad por haber elevado el tono contra las restricciones aprobadas por el Gobierno y la falta de ayudas públicas.

Además de numerosas manifestaciones por todo el país, sus reclamaciones han llegado incluso a sede judicial, y en comunidades autónomas como el País Vasco los tribunales les dieron la razón y les permitieron reabrir sus establecimientos.

### **Los bares sufren, la industria sobrevive**

En cuanto al empleo, la hostelería se sitúa a la cabeza de los sectores con mayor número de trabajadores que siguen en ERTE (casi un 50 % del total, unas 442.000 personas), a lo que se suma además la destrucción de cerca de 290.000 puestos de

**trabajo.**



**Los bares sufren, la industria sobrevive y el súper sube tras un año de la covid-19 en España**

Como nueva tendencia, surge con fuerza el envío de comida a domicilio, una alternativa que permite a algunos compensar parte del desplome de los ingresos, pero que también ha provocado recientes tensiones con las plataformas digitales (Deliveroo, Glovo, [Just Eat](#) o Ubereats) por las comisiones que cobran.

El hundimiento de la actividad de bares y restaurantes tiene ramificaciones en toda la cadena alimentaria, un efecto colateral especialmente visible en la industria, con áreas como la de las bebidas alcohólicas, la cerveza o el vino entre los principales dañados.

De hecho, sólo en este arranque de 2021 se han abierto procedimientos de despido colectivo en Grupo Pascual, Heineken y Coca-Cola.

**La patronal de la industria alimentaria (FIAB) publicó a cierre de 2020 un estudio que apuntaba al cierre de 1.700 empresas y la destrucción de más de 7.000 puestos de trabajo**

como consecuencia de la pandemia.



Una reponedora en un supermercado de Zaragoza. Efeagro/Toni Galán

Fuentes del sector han recordado que **el impacto varía sobremanera entre unas compañías y otras, en función del peso que tenía en su negocio total el canal de hostelería.**

Prueba de ello es que aquellos proveedores más enfocados en servir a los supermercados han conseguido capear el temporal de mejor manera, aunque durante las primeras semanas de confinamiento (entre marzo y abril de 2020) se vivieron momentos difíciles para garantizar el abastecimiento, sobre todo de productos básicos.

**Las cadenas de distribución registraron durante el pasado ejercicio subidas de ventas de forma casi unánime, en el entorno del 5-10 % e impulsadas por un evidente trasvase del consumo de fuera a dentro del hogar.**

Aun así, los empresarios del sector subrayan que los

incrementos de facturación no se tradujeron siempre en una mejora de sus beneficios, sobre todo por el aumento de los costes.

*Agricultores y ganaderos tuvieron que afrontar una caída de los productos más asociados a la hostelería y un incremento de los comprados para llenar la despensa.*

En un contexto como el actual, marcado por las crecientes dificultades económicas, **ya se habla de una incipiente “guerra de precios” entre las diferentes cadenas de supermercados, lo que amenaza con debilitar su margen de rentabilidad.**

A ello se suma que **el número total de este tipo de establecimientos sigue al alza -lo que incrementa la competencia-, así como la pujanza del comercio “online” también en el segmento de alimentación.**