

# 543

acciones de resiliencia  
del sector Gran Consumo  
ante la Covid-19

España y Comunidad Valenciana

Fernando Olivares Delgado  
Aurora Calderón Martínez  
Enar Ruiz Conde



**cátedra de la  
marca corporativa**  
Universidad de Alicante



UA  
**brandscience**

Grupo de  
Investigación  
de la Marca  
Corporativa

# 543

**acciones de resiliencia  
del sector Gran Consumo  
ante la Covid-19**  
España y Comunidad Valenciana

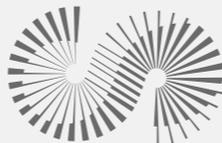
Fernando Olivares Delgado  
Aurora Calderón Martínez  
Enar Ruiz Conde

ISBN: 978-84-09-43431-1

© UA\_Brandscience y Cátedra de la Marca Corporativa  
de la Universidad de Alicante. 2022



**cátedra de la  
marca corporativa**  
Universidad de Alicante



UA  
**brandscience** Grupo de  
Investigación  
de la Marca  
Corporativa

## Presentación

**El informe 543** presenta los resultados de la investigación sobre *Acciones de resiliencia del sector Gran Consumo ante la Covid-19*, en el primer confinamiento severo, desde el 10 de marzo hasta el 4 mayo de 2020, cuando comienza la primera fase de la desescalada en España. 543 ha sido elaborado, a partir de la base de datos propia GC.COVID19, por los doctores Aurora Calderón, Fernando Olivares y Enar Ruiz, miembros del Grupo de Investigación de la Marca Corporativa [UA\_Brandscience] de la Universidad de Alicante. El informe se ha realizado en cooperación con la Cátedra Institucional de la Marca Corporativa de la UA. La Cátedra centra su actividad principalmente en la marca y reputación corporativas y el sector del Gran Consumo (GC) y en cómo le impactan los principios de la nueva economía y la nueva realidad, a saber, la transparencia, la desinformación, la cooperación o la resiliencia, entre otros.

El informe 543 sobre las acciones empresariales de resiliencia del sector GC motivadas por la Covid-19 pretende dar respuesta a la misión y propósito de la Cátedra Institucional de la Marca Corporativa de la Universidad de Alicante y del grupo de investigación UA\_brandscience al que pertenecen los autores.

543 es el número de acciones analizadas en este informe, aunque simbólicamente también es una cuenta atrás ["5,4,3..."]: la del inicio de la nueva era que inauguramos.

La pandemia motivada por el coronavirus SARS-CoV-2 marca el inicio de un nuevo orden a nivel social, económico y geoestratégico. En 543 con datos aterrizados vemos cómo el mundo empresarial en España, y en particular el del GC, no se detuvo, sino todo lo contrario.

A buen seguro fueron los 56 días más inciertos de nuestra era. Durante el confinamiento severo vivimos 56 días con altos niveles de estrés y ansiedad. Fueron días muy complicados para los directivos y trabajadores del sector esencial por excelencia que es el GC.

La cadena de suministro del GC resistió y salió fortalecida. Con los datos hallados podemos caracterizar y tipificar la resiliencia sectorial, así como poner nombres y apellidos a los operadores de la cadena de suministro que, según nuestro análisis, favorecieron con sus acciones dicha resiliencia.

La resiliencia del GC se concretó en nuestro país sobre todo mediante acciones de intensificación de la actividad productiva y de la innovación, reorientación productiva, reordenación de sistemas de pago y cobro, implementación de nuevas medidas laborales e higiénicas, donaciones y gratuidad de productos o servicios, cesión de uso de instalaciones corporativas y comerciales o creación de campañas divulgativas o concenciadoras de apoyo a otros operadores del sector o de la sociedad.

Con una dedicación, profesionalidad e implicación excepcionales, el GC y el comercio en España mostraron su solidez y la resiliencia de todos los eslabones de la cadena de valor, lo que favoreció en parte cierta resiliencia social en nuestro país.

**543 pretende homenajear a todas las personas, físicas y jurídicas, que con sus decisiones y esfuerzo lograron que la cadena de suministro del gran consumo no se detuviera y que el sector fuera considerado por muchos como esencial, así como un pilar básico para la confianza y esperanza de todos.**

**Fernando Olivares Delgado**

Director de UA\_Brandscience

[grupo de investigación de la marca corporativa] de la Universidad de Alicante

# Contenidos

¿Qué pretende este estudio? .....	5
Estructura del informe 543 y metodología .....	6
<b>Acciones de resiliencia: ámbito nacional</b> .....	7
I: Periodo temporal .....	8
II: Sector de actividad .....	11
III: Ámbito geográfico de las acciones y empresas que las generan .....	16
IV: Temática de las acciones .....	20
V: Sección del medio donde se publica la noticia resiliente .....	26
<b>Acciones de resiliencia: Comunidad Valenciana [CV]</b> .....	28
I: Periodo temporal .....	29
II: Sector de actividad .....	32
III: Ámbito geográfico de las acciones y empresas que las generan .....	37
IV: Temática de las acciones .....	40
V: Sección del medio donde se publica la noticia resiliente .....	45
<b>Conclusiones</b> .....	47
<b>ANEXO 1.</b> Temática general de las noticias .....	49
<b>ANEXO 2.</b> Temática de las acciones de respuesta o ayuda motivadas por la Covid-19 .....	51

## ¿Qué pretende este estudio?

El objetivo general de este informe de investigación denominado 543 es conocer y comprender cómo se comporta un sector productivo ante una situación inédita, única, desconocida e incierta, como es un confinamiento severo por una pandemia. Nunca antes en nuestra era se ha vivido nada igual: no había experiencia, antecedentes ni datos dado lo excepcional de la situación, de ahí lo relevante de conocer el comportamiento de las empresas españolas de un sector esencial en este nuevo contexto. En este sentido, su valor es doble: por un lado, pretende dejar constancia de lo acontecido, pero sobre todo, entendemos que puede ser una herramienta útil y servir de referencia para decisiones estratégicas y operativas futuras ante situaciones de naturaleza similar.

Ponemos el foco en el sector GC, un sector considerado como esencial y que ha sido juzgado por muchos como “un sector altamente resiliente”, por lo que, en segundo lugar, con esta investigación intentamos hacer operativo un concepto algo abstracto como el de resiliencia, al descubrir y tipificar qué acciones concretas se han llevado a cabo por los operadores de la cadena de valor de este sector. La resiliencia empresarial tiene que ver con la capacidad no solo de resistir ante un contexto adverso, sino también y sobre todo de lograr que la empresa salga airosa y en cierto modo, fortalecida de esta situación.

De forma específica, pretendemos:

- Describir las acciones y tipificar el comportamiento de los operadores del GC en el contexto del confinamiento severo por la Covid-19.
- Concretar qué acciones empresariales pueden asociarse a la resiliencia en el sector GC.
- Determinar qué empresas y subsectores del sector del GC han podido ser más activas durante el confinamiento severo por la Covid-19.
- Analizar específicamente cómo se comportan las empresas del GC de la Comunidad Valenciana, dada la relevancia e importancia de este sector en dicho territorio.

## Estructura del informe 543 y metodología

Este informe se estructura en dos partes. En la primera se tratan las acciones llevadas a cabo por empresas del sector del GC en España. Para ello, se parte del análisis de contenido de noticias con referencia expresa a la Covid-19 y publicadas en la revista líder en información económica sectorial de alcance nacional, Alimarket.

La caracterización de dichas acciones empresariales se aborda desde distintas dimensiones, comenzando con la dimensión temporal en la que se presenta su evolución a lo largo del tiempo. Seguidamente se analiza la sección de la publicación en la que aparece la noticia, la actividad económica y el sector empresarial al que se asocia la acción implementada. Asimismo, las acciones se caracterizan atendiendo a la empresa específica que la pone en práctica y a su ubicación geográfica [comunidad autónoma y provincia]. Finalmente, se clasifican las acciones atendiendo a la temática de la noticia desde distintos enfoques, como aquél que considera el área funcional de la empresa sobre la que incide la acción.

En la segunda parte del informe se traslada el análisis efectuado a nivel nacional al caso particular de la Comunidad Valenciana [CV]. En este sentido, tras cuantificar y describir la participación de las empresas de gran consumo de la CV en el ámbito de estudio, se procede a caracterizar las acciones empresariales llevadas a cabo. Esta caracterización se realiza teniendo en cuenta el sector de actividad al que se vinculan las acciones, las provincias en que se llevan a cabo, así como las temáticas sobre las que versan dichas acciones, entre otros aspectos.

La investigación 543 tiene como objetivo analizar las 543 acciones originadas como respuesta a la Covid-19 por parte de empresas pertenecientes al sector del Gran Consumo, en concreto empresas de los sectores de la distribución, alimentación, bebidas, hogar, higiene personal y logística.

El estudio se realiza a partir de 543 registros procedentes del análisis de contenido de 202 noticias publicadas en Alimarket y en las que se mencionan expresamente, en el titular o en el cuerpo de la noticia, los términos “Covid-19”, “coronavirus”, “SARS-CoV-2”, “pandemia” o “confinamiento”.

La fecha de publicación de las noticias comprende el periodo entre el 10 de marzo y el 4 de mayo de 2020 [fechas que marcan el comienzo del confinamiento severo y el inicio de la de la primera fase de la desescalada en España].

**Aurora Calderón, Fernando Olivares, Enar Ruiz**

Autoría de metodología, análisis y redacción  
grupo UA\_Brandscience, Universidad de Alicante

### FICHA TÉCNICA

Universo espacial: España

Universo temporal: del 10 de marzo de 2020 hasta el 4 de mayo de 2020

Unidad de contexto: noticias aparecidas en soporte líder sectorial nacional (Alimarket)

Unidad de análisis: acciones resilientes identificadas en las noticias a partir de la tipología propia creada por UA\_Brandscience.

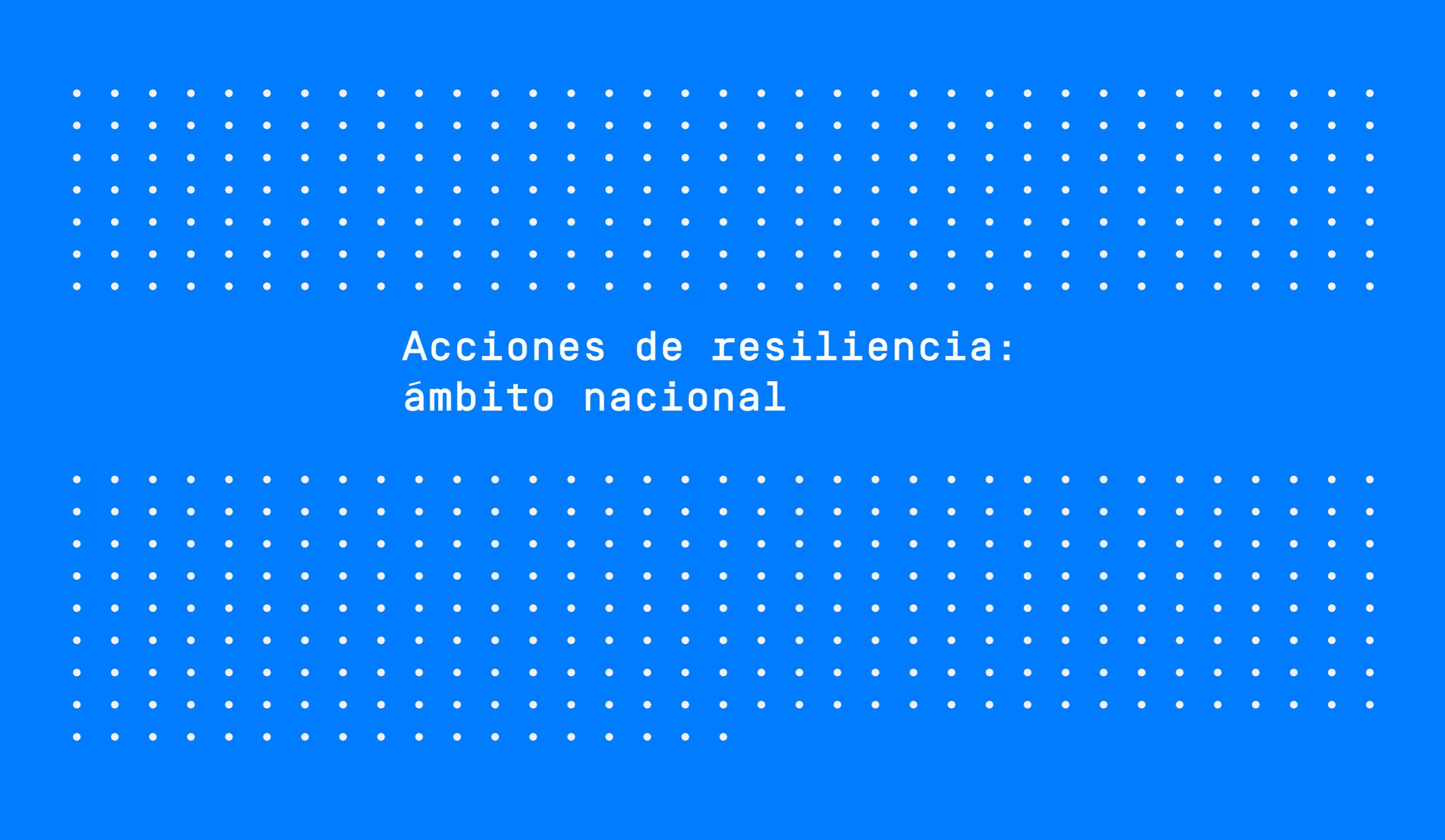
Palabras clave: “Covid”, “SARS-CoV-2”, “coronavirus”, “pandemia”, “confinamiento”, en titular o cuerpo de texto.

Muestra de noticias: 202

Muestra de acciones resilientes: 543

Empresas con acciones resilientes identificadas: 406

Codificación inicial de datos: equipo de la Cátedra de la Marca Corporativa, UA

A decorative background consisting of a grid of small white dots arranged in a regular pattern across the entire blue surface.

Acciones de resiliencia:  
ámbito nacional



## I: Período temporal

La noticiabilidad, día a día, de las acciones de resiliencia de las empresas del GC en España.

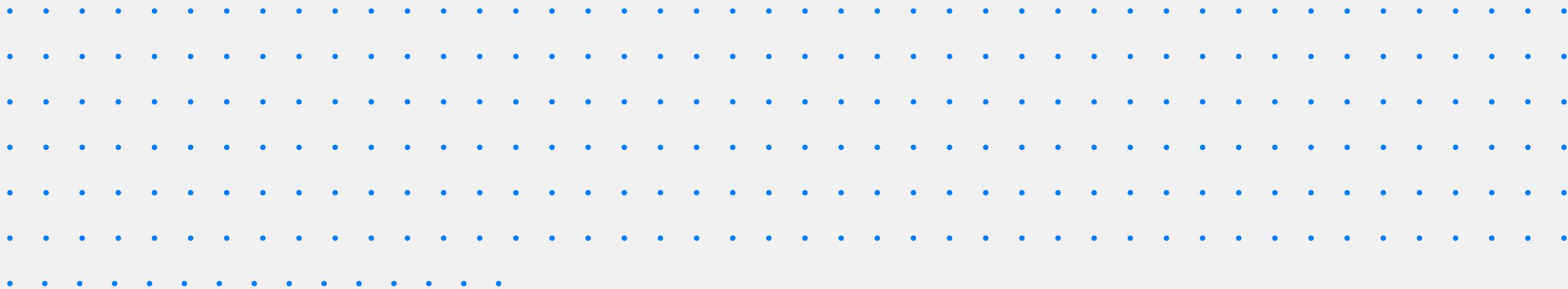
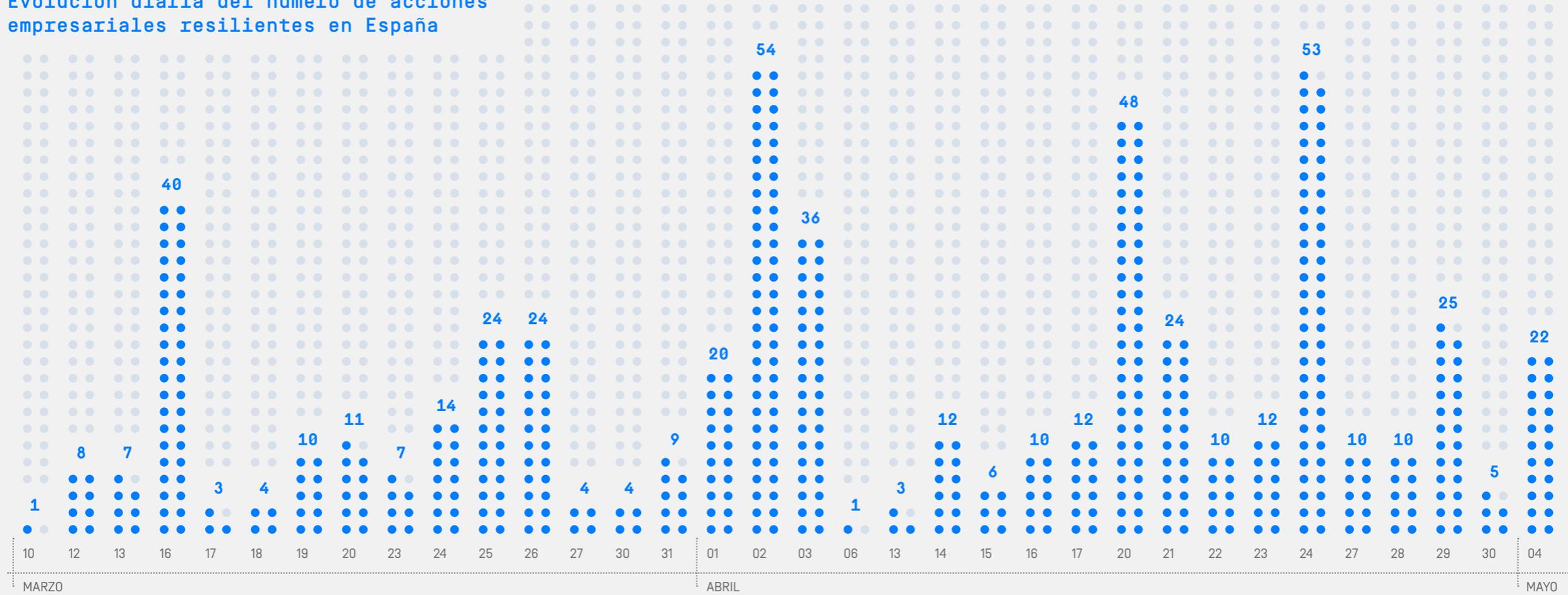


Gráfico 1.  
Evolución diaria del número de acciones empresariales resilientes en España



**31%** de las noticias se publicaron en los días de **marzo**

**abril** concentra el **65%** de las noticias publicadas

El 2 y el 24 de abril se superaron las **50** noticias publicadas

los días de **mayo** representan el **4%** del total de las noticias publicadas

### “El sector de gran consumo da lo mejor de su RSC en la lucha contra el Covid-19”



[43 acciones]

### “El gran consumo aumenta su compromiso solidario en la crisis del Covid-19”



[42 acciones]

### “Amazon centrará temporalmente su actividad en productos de primera necesidad”



[40 acciones]

### “El sector de consumo suma innovación y tecnología digital en la lucha contra el Covid-19”



[28 acciones]

### “Se extiende la gratificación salarial a los trabajadores por la crisis del Covid-19”



[20 acciones]

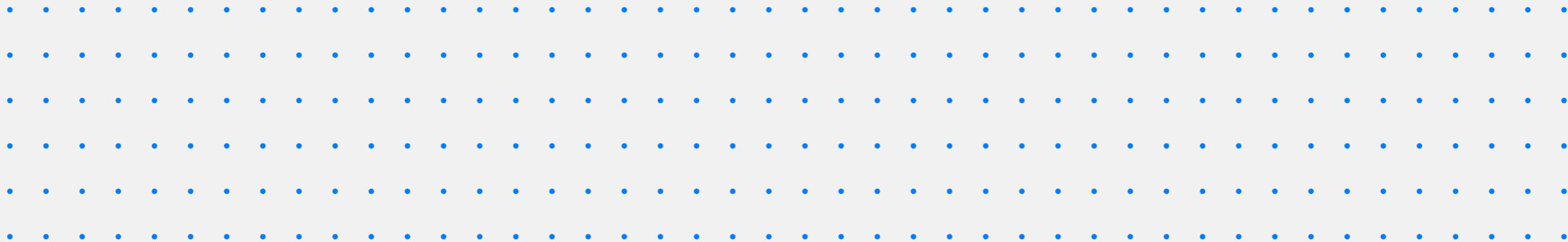


**5 noticias**

generan el

**32%**

del total de acciones resilientes atribuidas a empresas en España.



## II: Sector de actividad

El sector de actividad de la empresa resiliente durante el primer confinamiento severo.

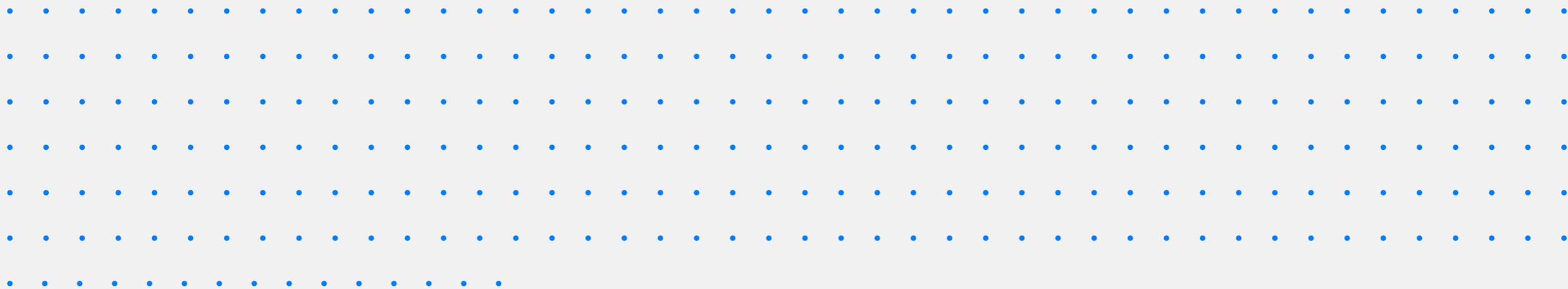
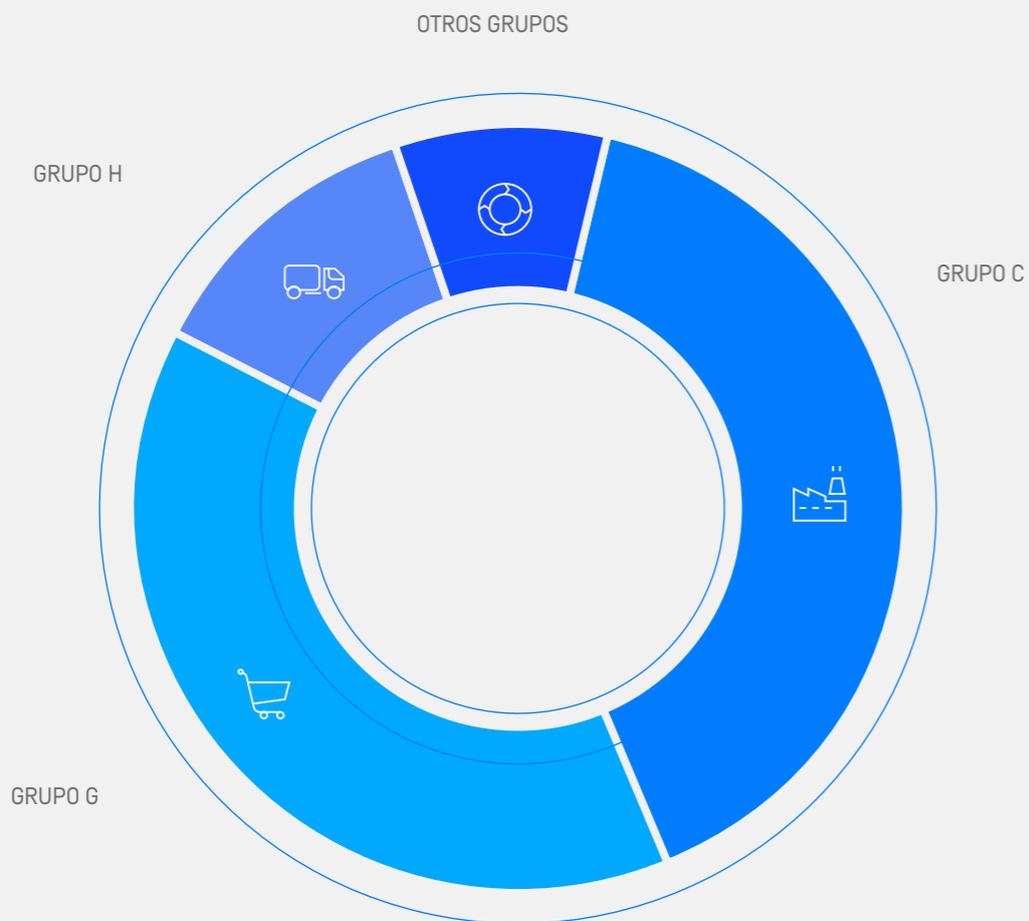


Gráfico 2.

Clasificación de las acciones por grupos de actividad económica [CNAE]



**79%** de las acciones empresariales relacionadas con la Covid-19 se llevan a cabo por empresas pertenecientes a la **industria manufacturera y al comercio mayorista y minorista.**

- 40,1% Grupo C  
Industria manufacturera
- 38,9% Grupo G  
Comercio mayorista y minorista
- 12,3% Grupo H  
Transporte y almacenamiento
- 8,7% Otros grupos

Gráfico 3.

Actividades económicas según CNAE [3 dígitos] con las diez mayores frecuencias



Top 3 [2 dígitos CNAE]



25,23%

Comercio al por mayor e intermediarios del comercio [excepto de vehículos de motor y motocicletas]



14,92%

Industria de la alimentación

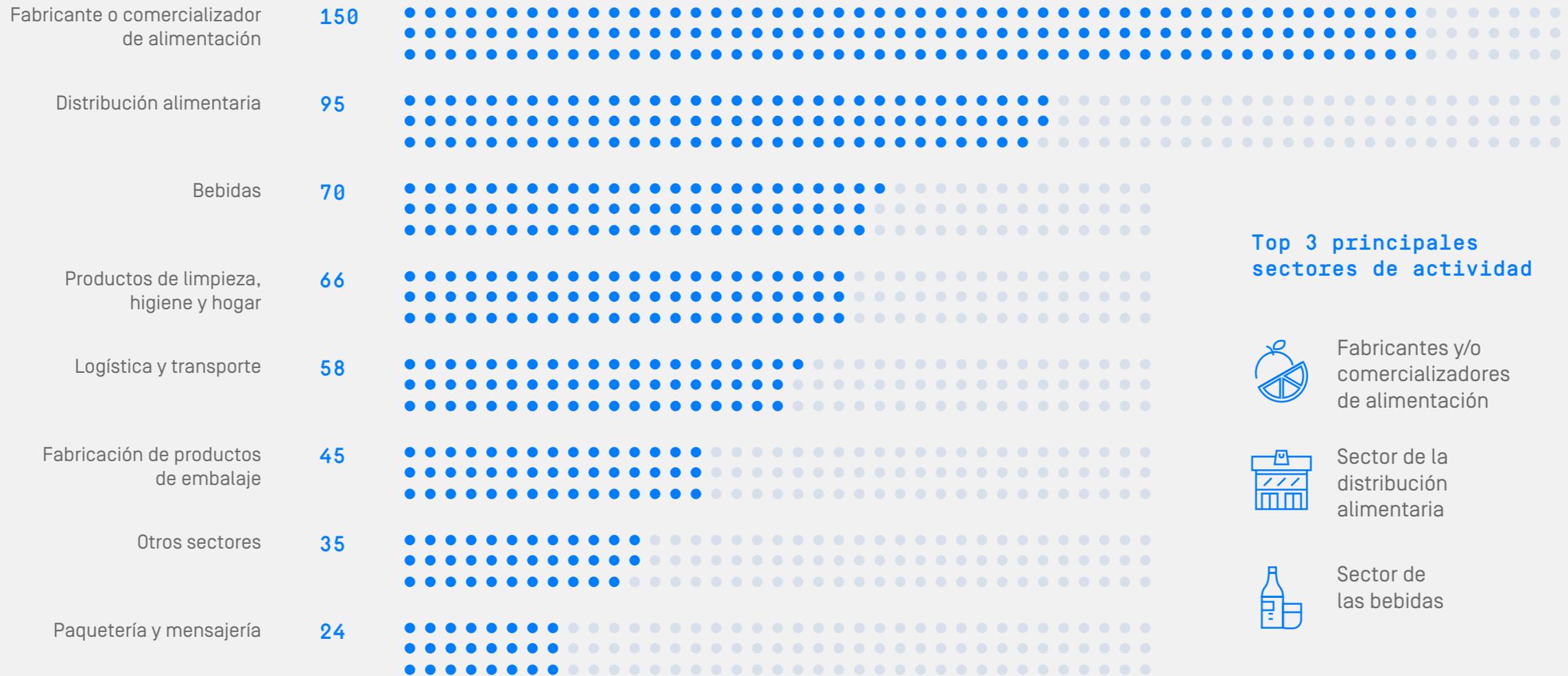


13,44%

Comercio al por menor [excepto de vehículos de motor y motocicletas]

Gráfico 4.

Número de acciones resilientes según el tipo de actividad económica de la empresa



Top 3 principales sectores de actividad



Fabricantes y/o comercializadores de alimentación



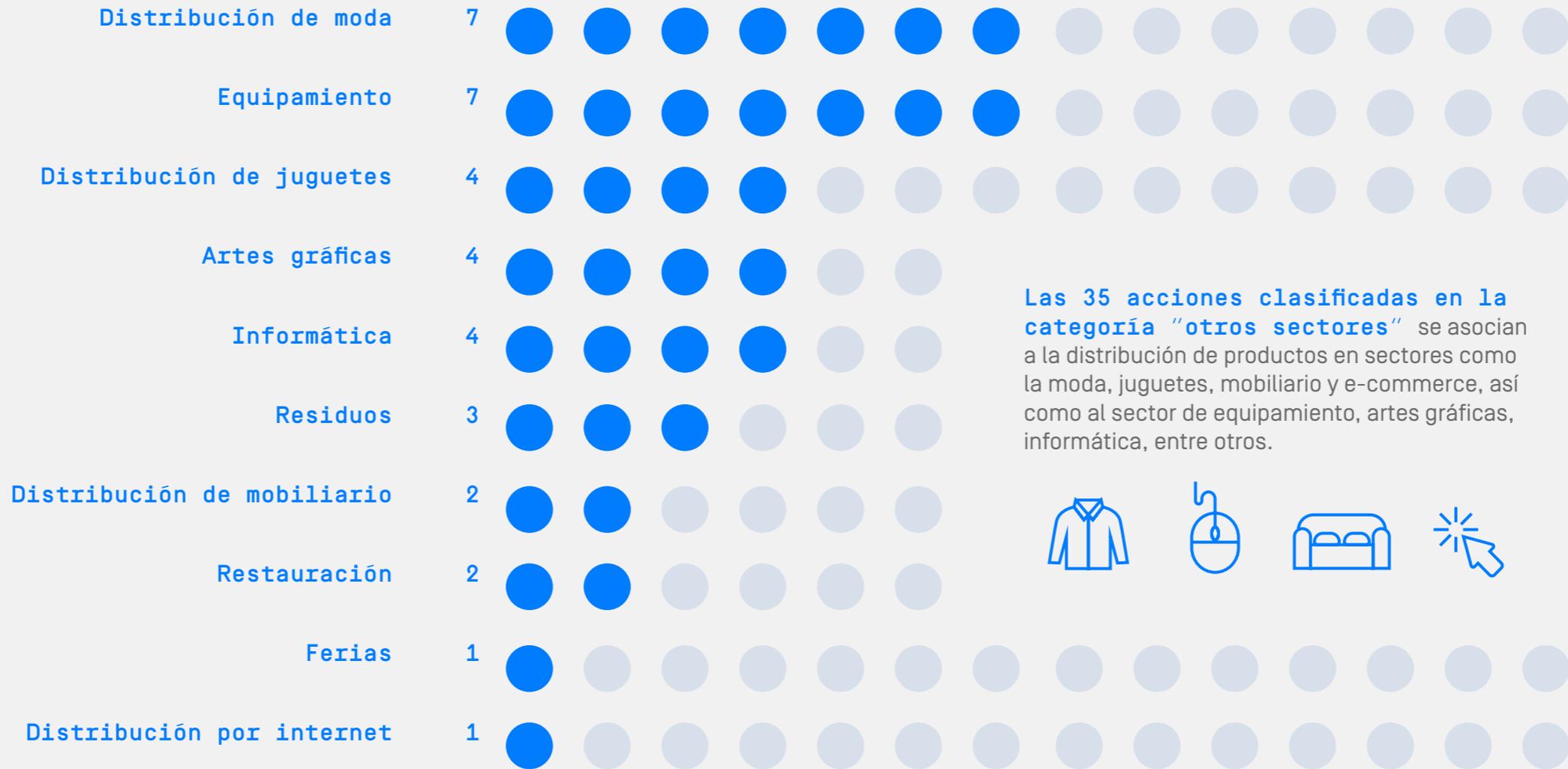
Sector de la distribución alimentaria



Sector de las bebidas

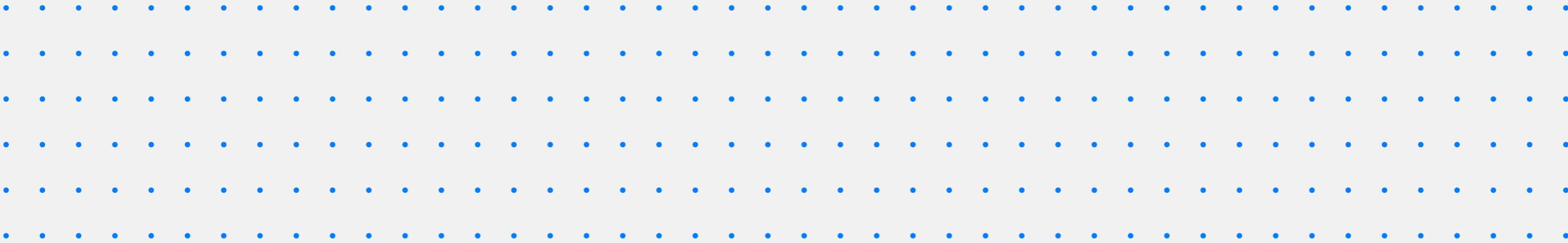
Gráfico 5.

Número de acciones resilientes según el tipo de actividad económica de empresas de "otros sectores"



Las 35 acciones clasificadas en la categoría "otros sectores" se asocian a la distribución de productos en sectores como la moda, juguetes, mobiliario y e-commerce, así como al sector de equipamiento, artes gráficas, informática, entre otros.





**III: Ámbito geográfico de las acciones y empresas que las generan.**

¿Dónde se ubica la sede social de la empresa resiliente?



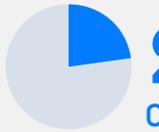
Gráfico 6.  
Número de acciones registradas por las empresas de cada comunidad autónoma



3 CC.AA. superan las 50 acciones y aglutinan  
**+60%** del total de acciones resilientes generadas en el territorio nacional.



**27%**  
Comunidad de Madrid  
[149 acciones]



**23%**  
Cataluña  
[124 acciones]



**13%**  
Comunidad Valenciana  
[68 acciones]

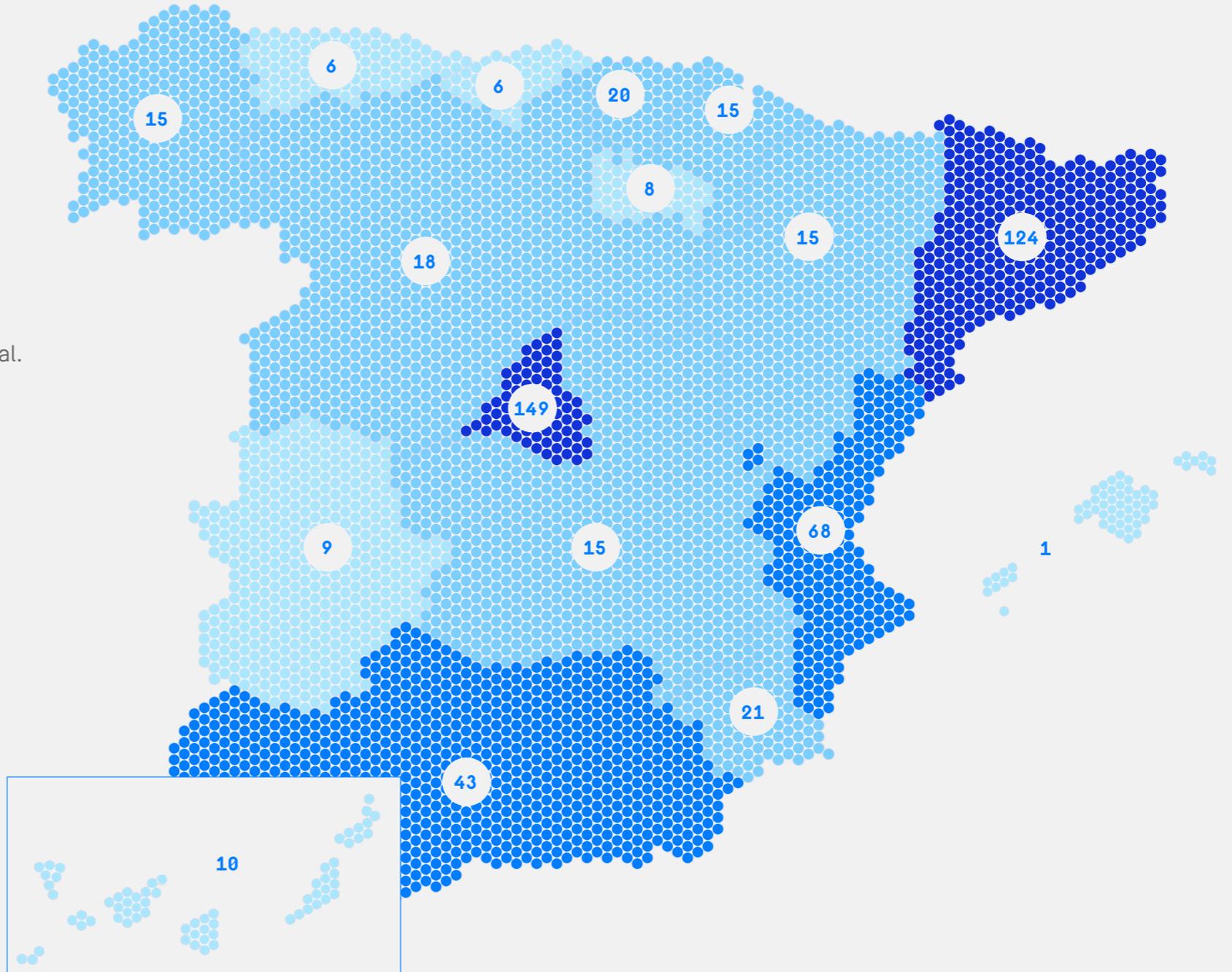
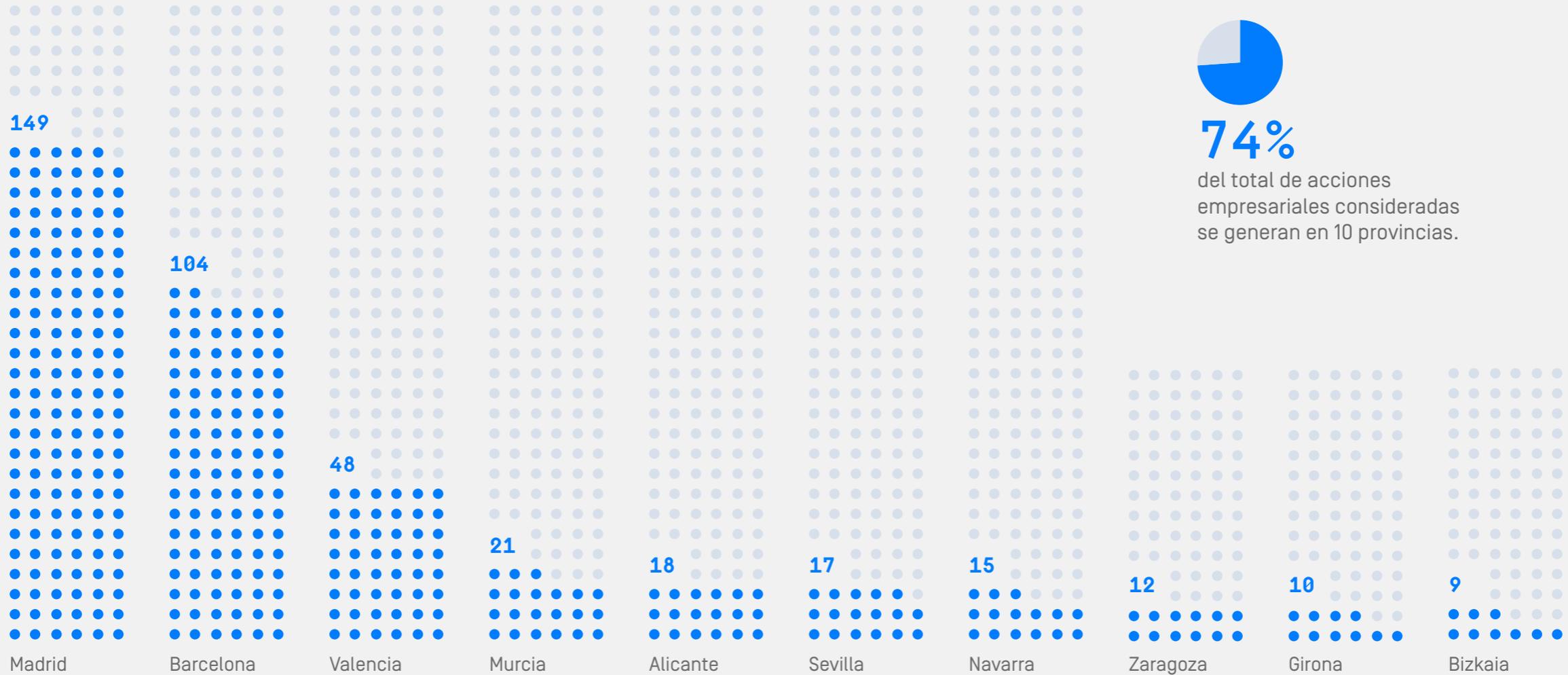


Gráfico 7.

Distribución de acciones resilientes generadas en las top 10 provincias



## Empresas que generaron las acciones resilientes

3M Acesur Adhesivos Romero García AENA Agro Sevilla Agroponente Aguas Danone Ahorramas Ahumados Domínguez Aiman GZ Alcampo Aldi Alfil Logistics Alimerka Alzamora Group Amazon España Andros Antay Jesús Apex Ardo Benimodo Argal Alimentación Arluy Armas Trasmediterránea AT Noutransport Avon España Bacardi Baleària Balfegó Bandesur Alcalá Barbadillo Base Detall Sport Beabloo Beam Suntory Bebidas Naturales Beiersdorf Bell España Bemasa Bergé Betapack Betelgeux BidfoodGuzmán Bimbo Bioc'Bon BioGreen Save Solutions Bodegas Franco Españolas Bodegas Luis Cañas Bodegas Riojanas Boluda Bonnysa Agroalimentaria Bornos Bodegas And Viñedos Briseis Briseis Cabify Cabomar Congelados Cabreroe Hijos Cacaolat Café Fortaleza Calidad Pascual Campofrío Cañigueral Caprabo Capricho Andaluz Carmar Soluciones Logísticas Cárnicas Iglesias Carrefour Carreras Grupo Logístico Casa Tarradellas CashLofu CashRecord CashDiplo Cefusa CentralDica CentralLecheraAsturiana Cerealto Siro Cerex Cervezas La Virgen Cervezas Moritz Ceva España Checkpoint Systems Chocolates Valor Clarins Cleanity Clorofila Cobur Coca-Cola Colgate Comerandalus Comercial Piedra Trujillo Compañía Cervecera de Canarias Condis Confectionary Holding Conforama Conservas Portomar Conver Autoadhesivo Coren Correos Correos Express Costa Food Coty Covirán CPL AromasSpain CSP Spain CTT DPons Parfums Dachser Dacsa Danone Dcoop DeLaUz De Rijke Transportes Logística España De Ruy Perfumes Decathlon Delaviuda Delcom Operador Logístico Deoleo Deovino Deporvillage Destilerías Altosa Deza Calidad DHL DHL Parcel DIA Diageo Dinosol Dispackaging de España DS Smith DSV Dydsa EA Group EbroFoods Eckes Granini Ecoembes Ecoscooting Ecoscooting Delivery El Corte Inglés El Mosca El Progreso Elcano Elpozo Alimentación Embrumas Embutidos Goikoa Embutidos La Hoguera Emilio Moro Enplater Group Erlenbacher Eroski Esbo Logistics Essity Estrella Galicia EurekaKids Eurofragance Euromaster Europool System Farmaplas Fassbiere Faustino Rivero Ulecia Fedrigoni Félix Solís Avantis Ferre And Ferre Etiquetas Ferrero Ibérica Findus España Flint Group Packaging Inks Europe Flor de Mayo Florette Fred Olsen Express Freixenet Fresón de Palos Froiz Froxá Fruits de Ponent Frutas Diego Martínez Gadisa Galletas Gullón Gallina Blanca García Carrión Giropoma Glaxosmithkline Glovo GLS Spain GMFood Gomà Camps Gómez Cruzado González Byass Gosbi Pet Food Gourmet Grupo AC Marca Grupo Arco Iris Grupo Bel Grupo Calvo Grupo Carinsa Grupo Cooperativo Viñaoliva Grupo Cuevas Grupo Damm Grupo Docuworld Grupo Empresarial La Caña Grupo Familia Torres Grupo Fuentes Grupo GV el Zamorano Grupo GP Grupo Heineken Grupo La Plana Grupo Logista Grupo Logístico Arnedo Grupo L'Oreal Grupo Marqués del Atrio Grupo Martínez Grupo MAS Grupo Norteños Grupo Nufri Grupo OM Grupo Oviaragón Grupo Puig Grupo Ricardo Fuentes Grupo Sesderma Grupo Ubesol Haciendas Bio Happy Box Henkel Hermanos Fernández Hero España Hijo de Rafael Reyes Hijos de Luís Rodríguez Hinojosa Hiper Usera Hiperber HP Iberchem Iberia Ibersnack ICP Logística ID Logistics Ikea Incarlopsa INCASA Industrias Beter Industrias Cárnicas Tello Industrias Químicas Tamar Industrias Químicas Vialplus Inés Rosales Instituto Español International Paper Johnson And Johnson José Luis Mateos JSV Logistic Juguettos Julián del Águila Jumosol Fruits Juver Alimentación Kellogg Kersia KH Lloreda La Cibeles La Cochura La Española La Finestra La Flor Burgalesa La Rioja Alta La Salve La Sirena Laboratorio SYS Laboratorios Maverick Laboratorios Vigmar Lactalis Lácteos Cobreros Lafuente Lascaray Lecta Líder Aliment Lidl Logifrío Logisfhasion Lola Market Lotus Loyal Guru Luis Simoes LVMH Mahou San Miguel Makro Marqués de la Concordia Mars Mediapost Mercabarna Mercadona Miarco Millán Vicente Mixer And Pack Monbake Grupo Empresarial Monliz España Moralejo Selección Mox Musgrave España Nacex Natra Nestlé España Nico Jamones Noatum Logistics Noel Alimentaria Nupik Nutripack Oleoestepa Ordesa OrencioHoyo P And G Paack Logistics Palancares Alimentación Palibex Palletways Iberia Panificadora Andrés Pastas Gallo Patatas HijoLusa Pepsico Pernod Ricard España Perfumerías Laguna Perfums And Beauty Innova Pesciro Phergal Laboratorios Pipas Facundo Plasgen Materias Plásticas Plásticos Compuestos Plásticos Españoles Plásticos Vanguardia Plusfresc Port de Barcelona Primaflor Primafrío Primaprix Principe de Viana Productos Ibéricos Calderón y Ramos Puerto de Indias Quadpack Queizuar Quesos El Pastor Quimi Romar Quimicadel Centro Químicas Oro Quimiopen Raminatrans Ramondín Raventósi Blanc Red Bull Reproducciones Sabaté Revoolt Rolser Romar Global Care Saica Paper Salvesen San Rafael Sanlucar Fruit Segurilight Señalización Serisan Seur Sigre SIL Dosmilveinte Syntax Smurfit Kappa Spar SPB Sprinter Sqrups! Stef España Stuart Stuart Delivery Súper Arcos Supermercados El Jamón Supermercados Lupa Supermercados Sánchez Romero Supersol TAE Transportes Tecnográfica y Maquinaria Telepizza Tetra Laval TGT Thomil Toy Planet Toys R Us Trade Inn Transportes Hermanos Mazo Trasmediterránea Logística Tréndico Group Tryuol Digital TSystems Uber Udapa Unilever España UPS Uvesco Valenciaport Vall Companys Vallformosa VegetalesLínea Verde Verdifresh Vicky Foods Vidal Golosinas Vidrala VMV Cosmetic Vopak Terquimsa XPO Ybarra You Cosmetics Zambú Zamora Company Zelnova Zeltia Zespri

# 406 empresas

generaron las acciones analizadas.

## Top 5 empresas

que generan el mayor número de acciones empresariales resilientes (5 o más):

- 1 **Mercadona S.A.**
- 2 **Makro Autoservicio Mayorista S.A.**
- 3 **Danone S.A.**
- 4 **Coca-Cola European Partners Iberia S.L.**
- 5 **Nestlé España S.A.**



## IV: Temática de las acciones

¿En qué consisten las acciones resilientes llevadas a cabo por las empresas del Gran Consumo en España durante el primer confinamiento severo [10 de marzo 2020 - 4 de mayo 2020]?

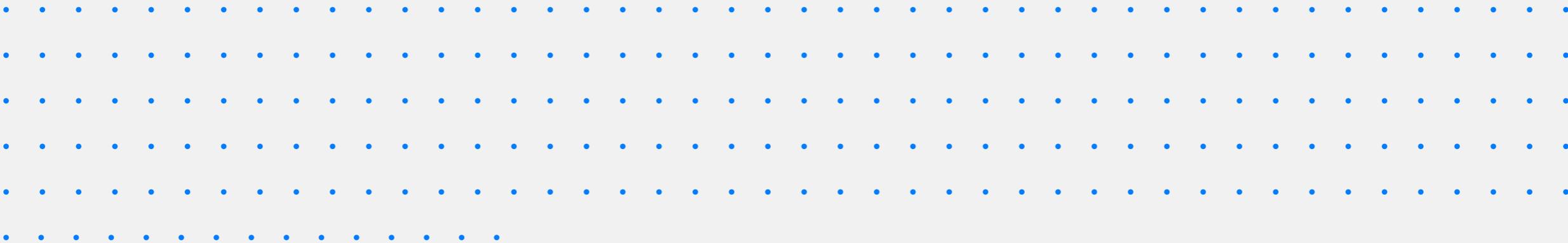


Gráfico 8.

Top 5 temáticas de acciones empresariales motivadas por la Covid-19

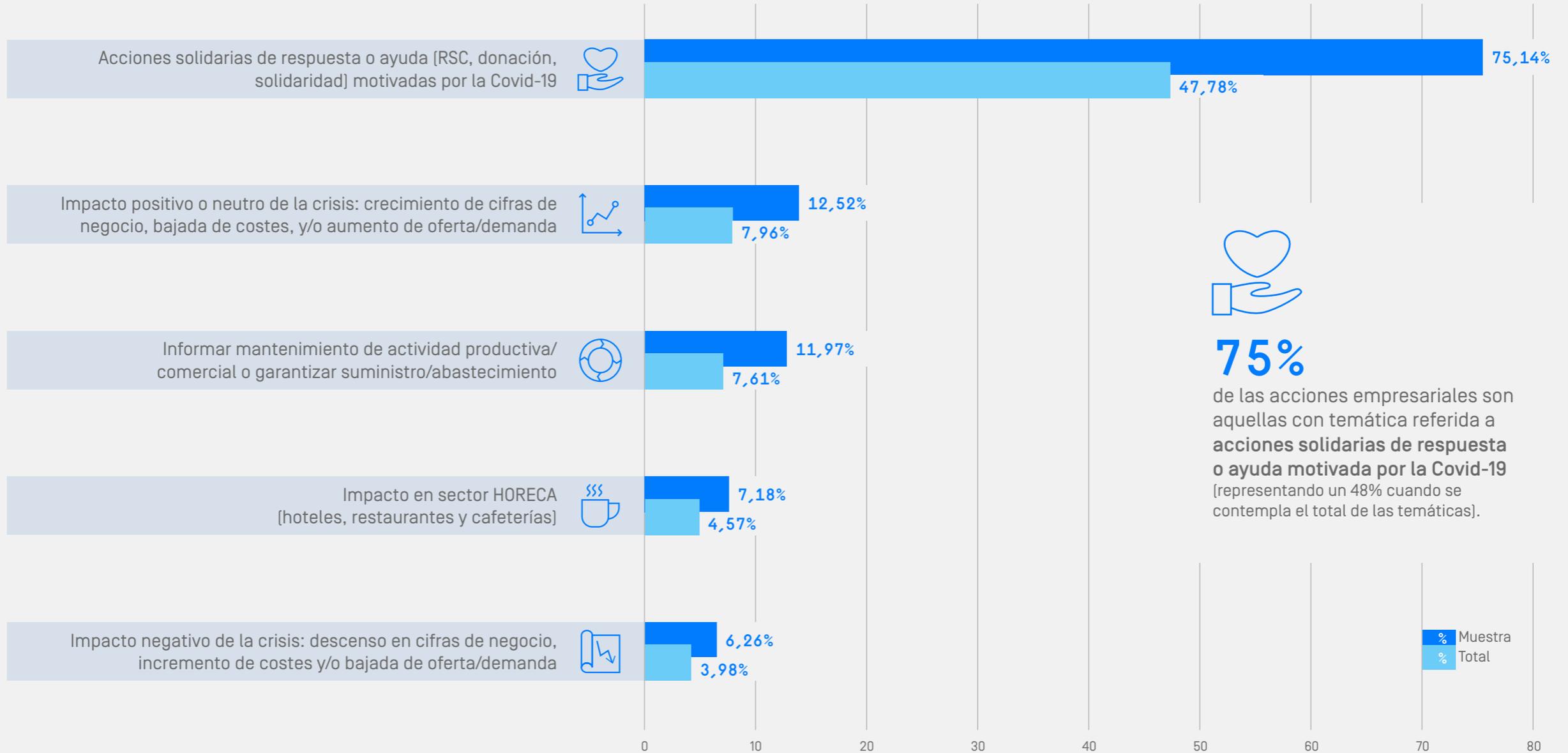


Gráfico 9.

Temáticas específicas de las acciones de respuesta o ayuda motivadas por la Covid-19

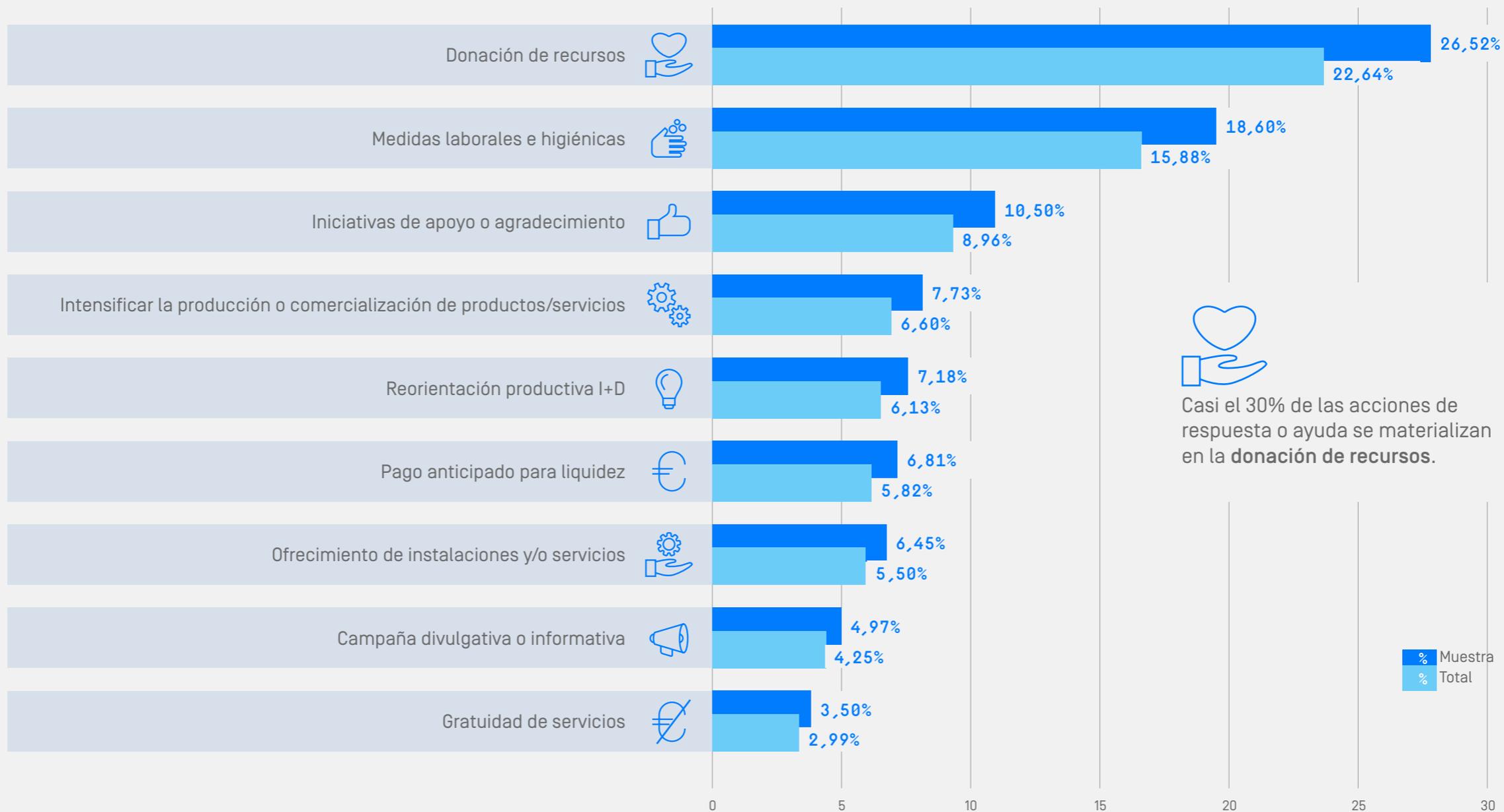


Gráfico 10.

Principal acción empresarial dentro de cada temática específica de acciones de respuesta o ayuda

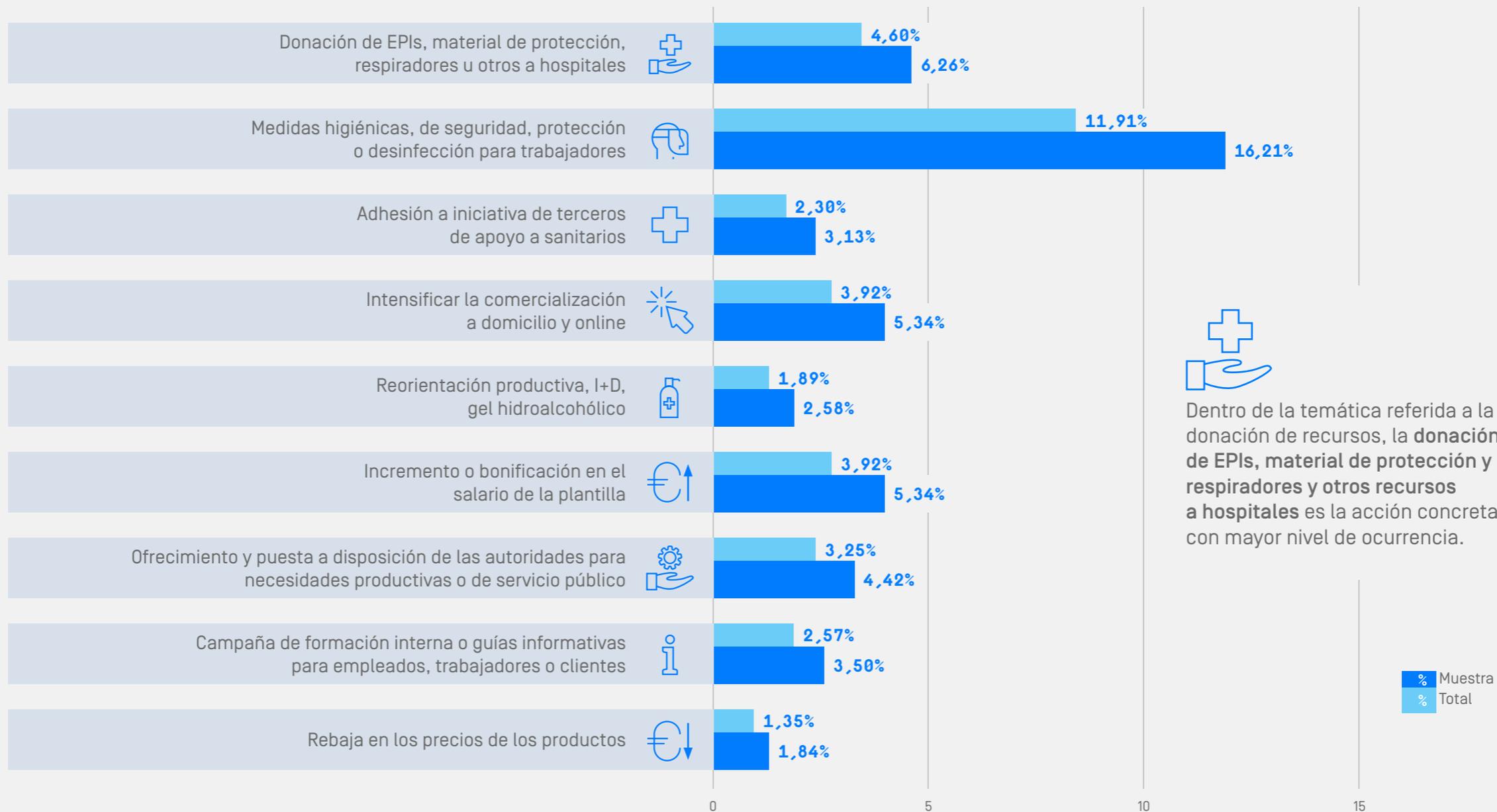


Gráfico 11.

Top 10 temáticas de las acciones empresariales específicas de respuesta o ayuda motivadas por la Covid-19

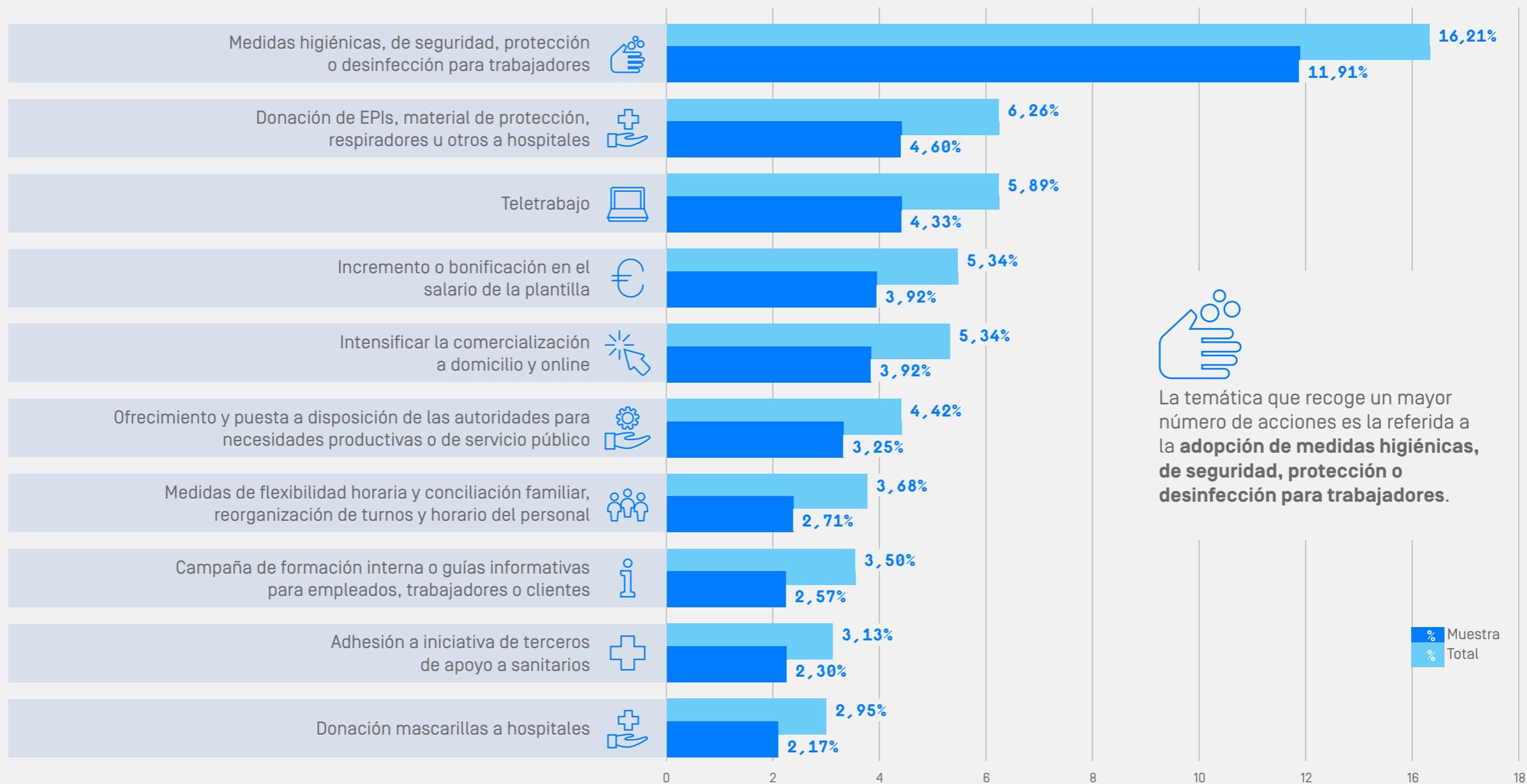
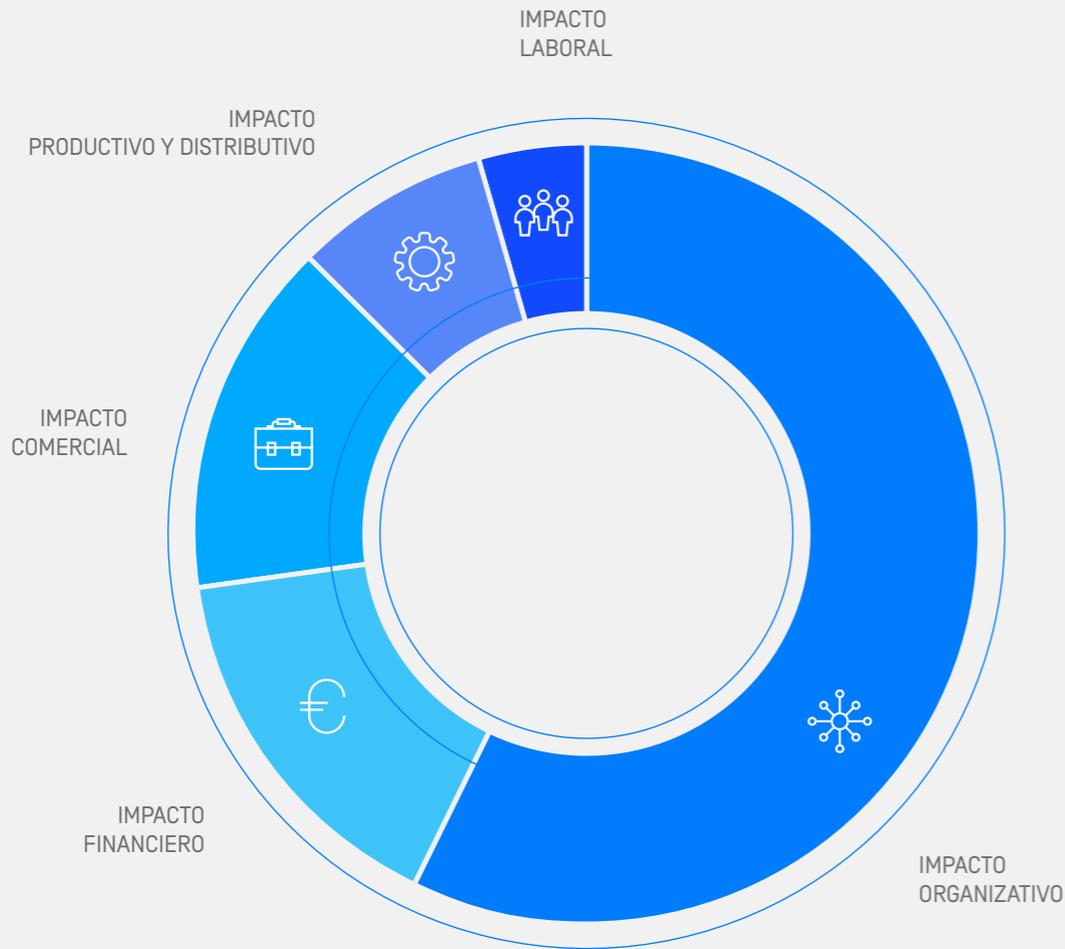


Gráfico 12.

Área de la empresa donde impacta la acción motivada por la Covid-19



**+50%** de la totalidad de acciones implementadas son aquellas con incidencia en el ámbito organizativo empresarial.

- 57,5% Impacto organizativo
- 15,4% Impacto financiero
- 14,7% Impacto comercial
- 8,0% Impacto productivo y distributivo
- 4,4% Impacto laboral



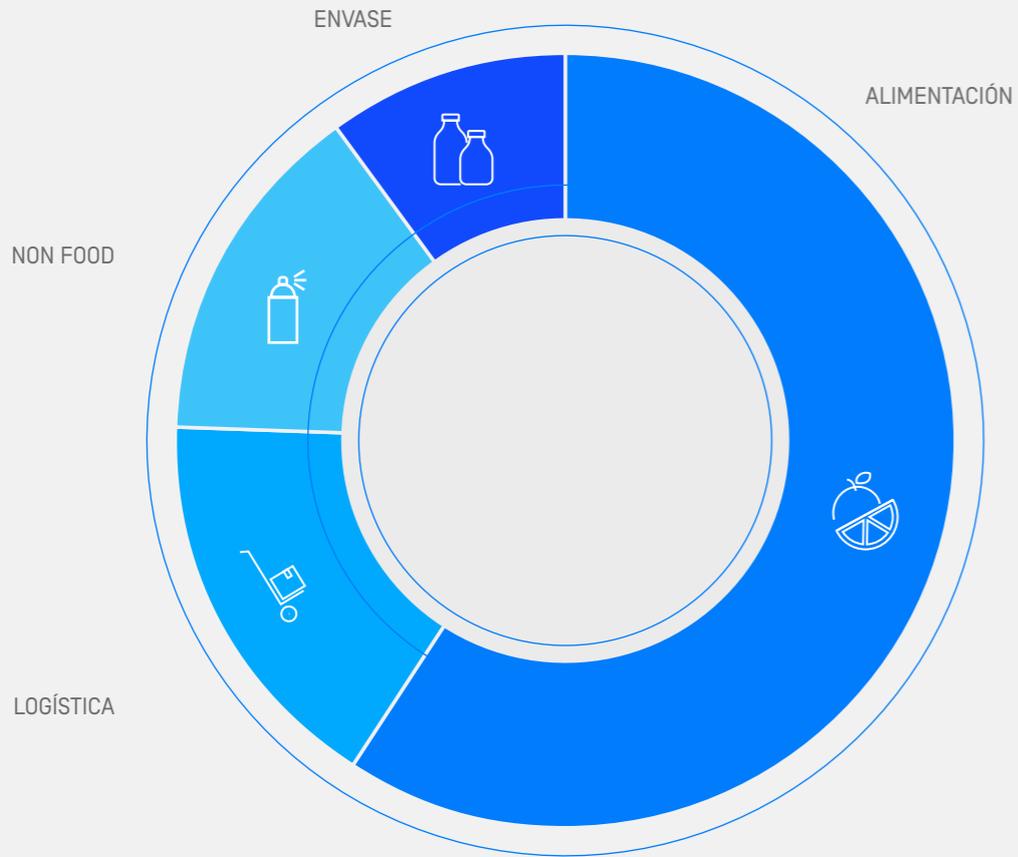
**V: Sección del medio donde se publica la noticia resiliente**

Se detalla la portada de Alimarket donde se publicó la noticia resiliente.



Gráfico 13.

Sección de Alimarket donde se publica la acción



casi un  
**60%**  
de las acciones empresariales  
analizadas aparecen publicadas en  
**alimentación**

Le siguen, por orden, las acciones  
publicadas en las secciones:



**16,4%**  
Logística



**14,4%**  
Non food



**9,9%**  
Envase



Acciones de resiliencia:  
Comunidad Valenciana [CV]



## I: Período temporal

La noticiabilidad, día a día, de las acciones de resiliencia de las empresas del GC en la Comunidad Valenciana.

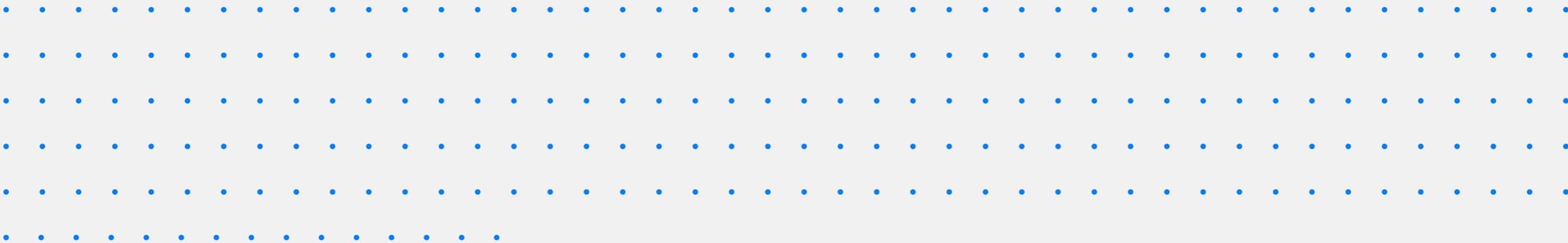
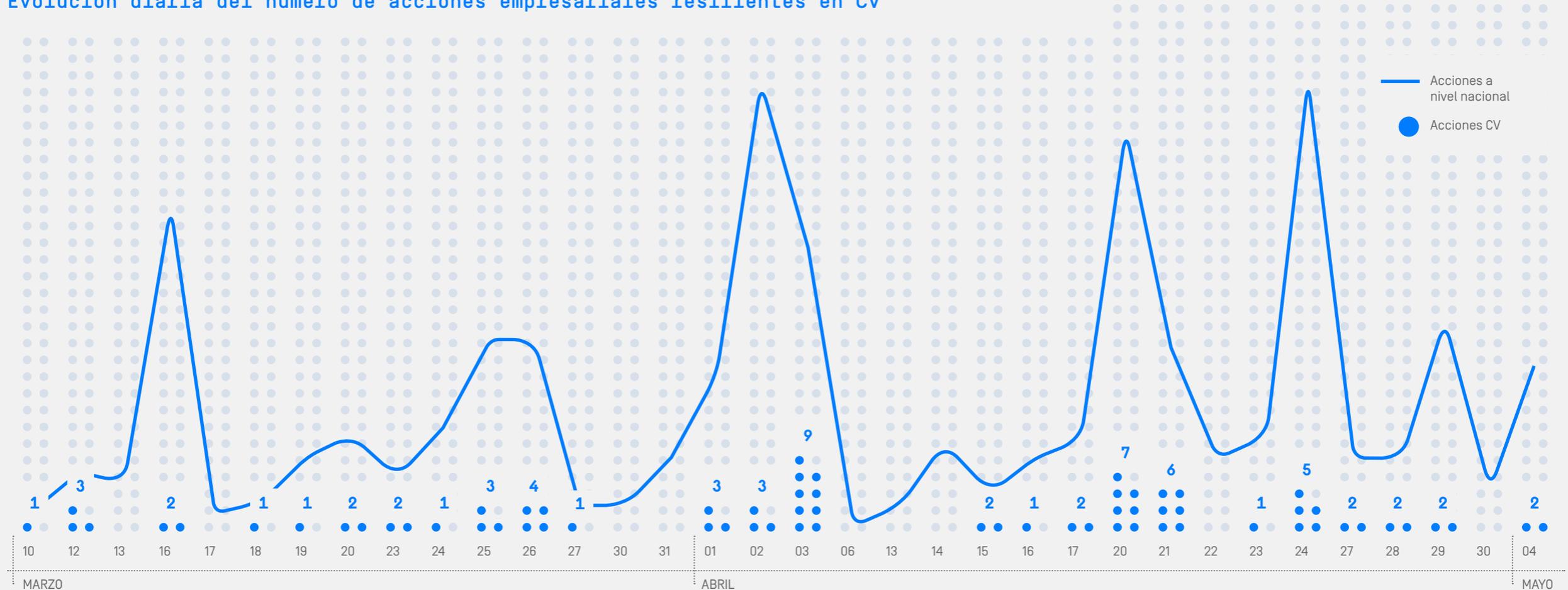


Gráfico 14.

Evolución diaria del número de acciones empresariales resilientes en CV



**31%** de las noticias se publicaron en los días de **marzo**

**abril** concentra el **66%** de las noticias publicadas

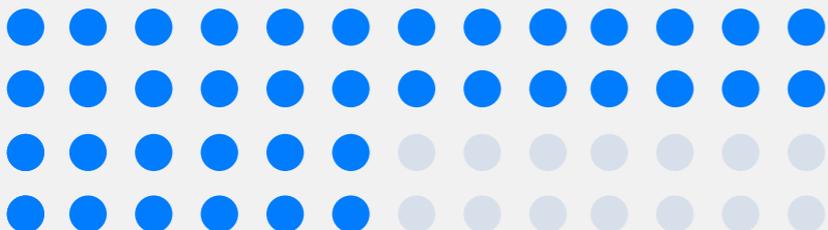
**3 de abril** es la fecha a la que se asocia un mayor número de acciones empresariales.

los días de **mayo** representan el **3%** del total de las noticias publicadas

**“La industria del packaging pone todo su músculo al servicio de la alerta sanitaria”**

**“Solidaridad entre las firmas de ‘No Alimentación’ frente a la crisis sanitaria”**

**“El gran consumo aumenta su compromiso solidario en la crisis del Covid-19”**



**3 noticias**  
generan el

**18%**

del total de acciones resilientes atribuidas a empresas con sede social en la CV.



## II: Sector de actividad

El sector de actividad de la empresa resiliente durante el primer confinamiento severo.

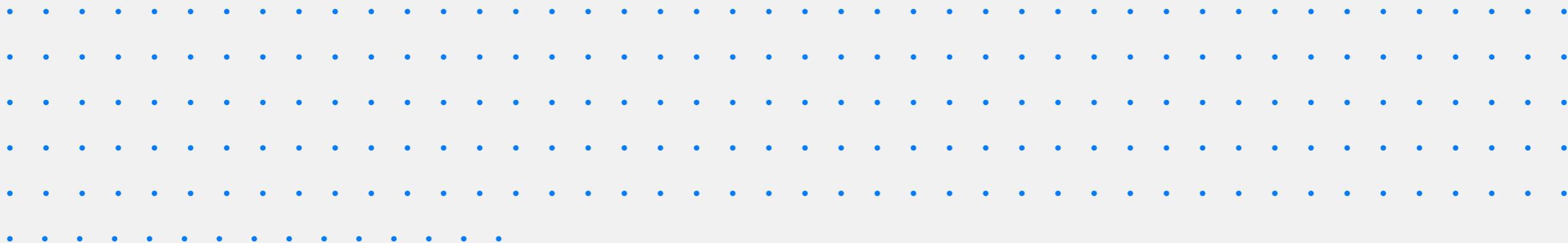
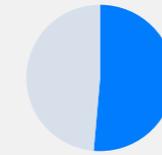
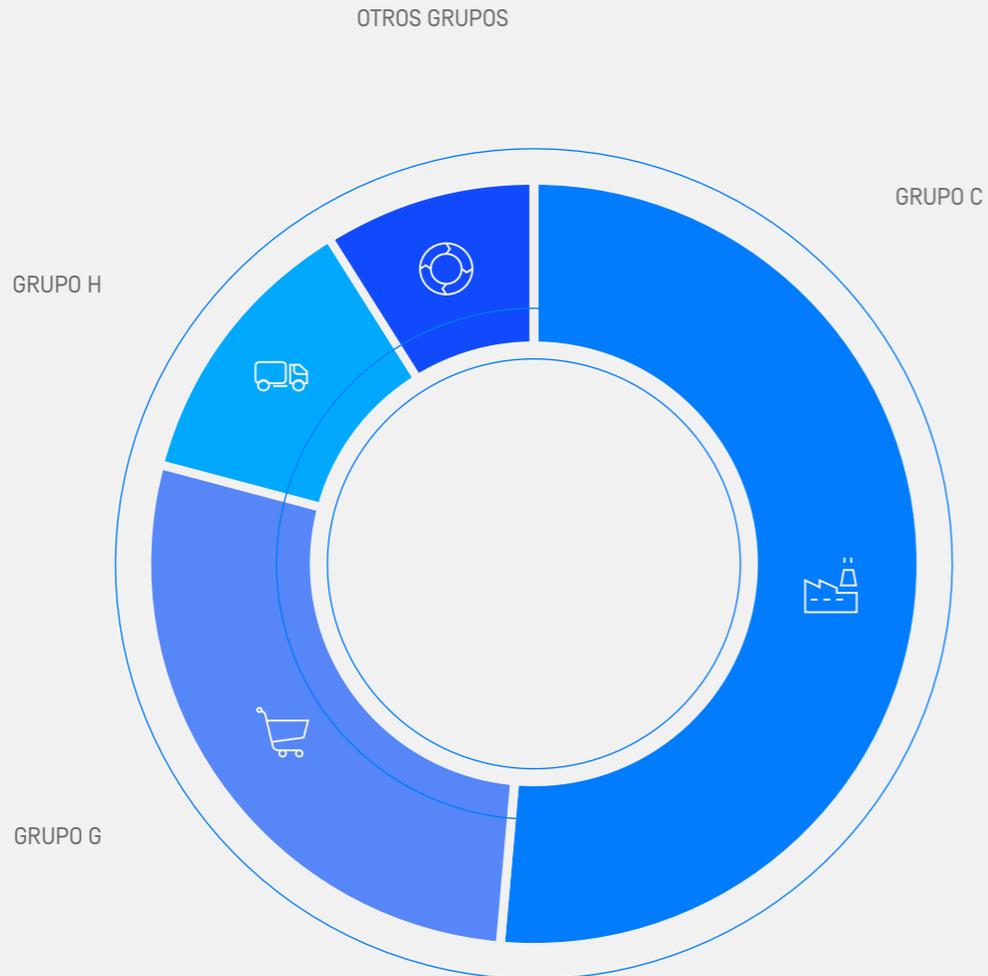


Gráfico 15.

Clasificación de las acciones de la CV por grupos de actividad económica CNAE



**+50%** de las acciones empresariales relacionadas con la Covid-19 implementadas por empresas del GC de la CV se vinculan a la industria manufacturera [grupos CNAE].

- 51,5% Grupo C  
Industria manufacturera
- 27,9% Grupo G  
Comercio mayorista y minorista
- 11,8% Grupo H  
Transporte y almacenamiento
- 8,8% Otros grupos

Gráfico 16.

Top 5 acciones empresariales de la CV según CNAE [3 dígitos]



Top 3  
[2 dígitos CNAE]



Gráfico 17.

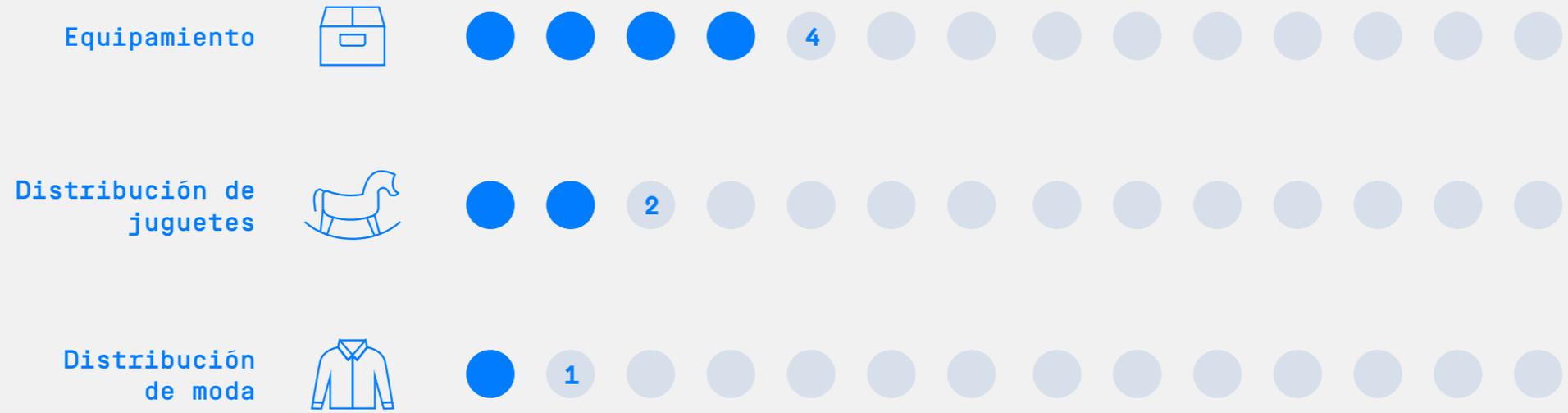
Número de acciones empresariales relacionadas con la Covid-19 de la CV por actividad económica\*



\* Agrupación realizada por el equipo investigador a partir del CNAE con el objetivo de diferenciar entre industrias de fabricación y de distribución.

Gráfico 18.

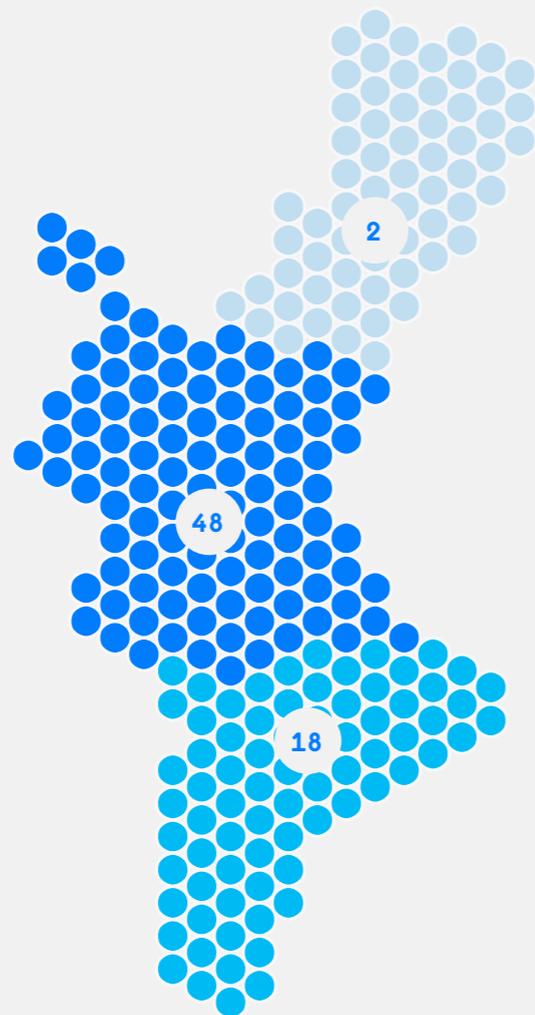
Desglose del número de acciones clasificadas en la categoría "Otros sectores"



III: **Ámbito geográfico de las acciones y empresas que las generan.**

Gráfico 19.

Número de acciones generadas en la CV por provincia



12,5%

del total de las acciones consideradas se llevaron a cabo en la Comunidad Valenciana, que ocupa la 3ª posición en cuanto a generación de acciones empresariales relacionadas con la Covid-19.



71%

Valencia  
[48 acciones]



26%

Alicante  
[18 acciones]



3%

Castellón  
[2 acciones]

# 46 empresas

generaron 68 acciones en la CV



Ardo Benimodo Baleària Bebidas Naturales Betelgeux Boluda  
Bonnysa Agroalimentaria Chocolates Valor Cleanity Confectionary  
Holding Dacsa Dydsa Europool System Ferre & Ferre Etiquetas Flor  
de Mayo Gourmet Grupo GP Grupo La Plana Grupo Martínez Grupo  
Sesderma Grupo Ubesol Hinojosa Hiperber Industrias Químicas  
Tamar International Paper Juguettos La Española Laboratorio  
SYS Laboratorios Vigmar Mercadona Miarco Musgrave España  
Natra Perfumerías Laguna Quimi Romar Químicas Oro Raminatrans  
Rolser Romar Global Care SPB Sanlúcar Fruit Sprinter Toy Planet  
Transportes Hermanos Mazo Valenciaport Verdifresh Vicky Foods

## Top 3 empresas

que generan un mayor número de acciones empresariales en este período:

- 1 Mercadona S.A.**  
[7 acciones]
- 2 Balearia [Balearia Eurolíneas Marítimas, S.A.]**  
[3 acciones]
- 3 Hinojosa [Blue Box Partner Iberia S.L.]**  
[3 acciones]



## IV: Temática de las acciones

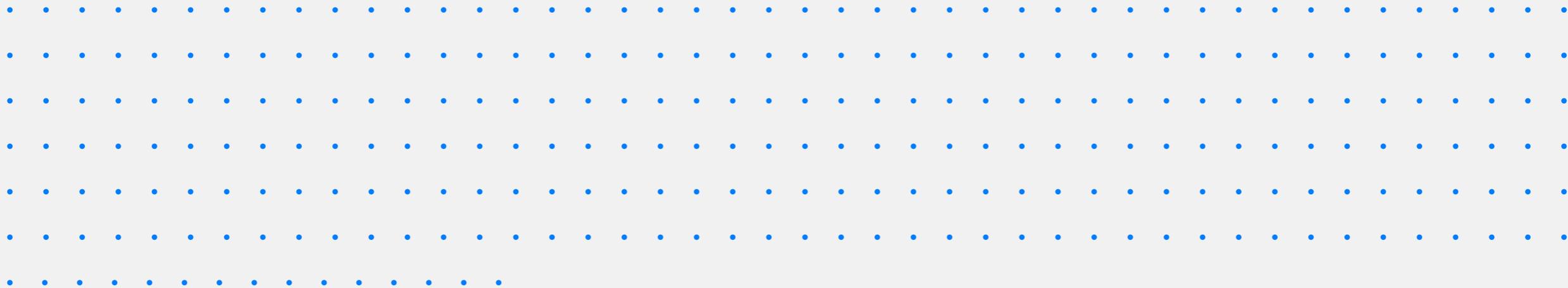


Gráfico 20.

Top 5 temáticas de las acciones empresariales motivadas por la Covid-19 en la CV

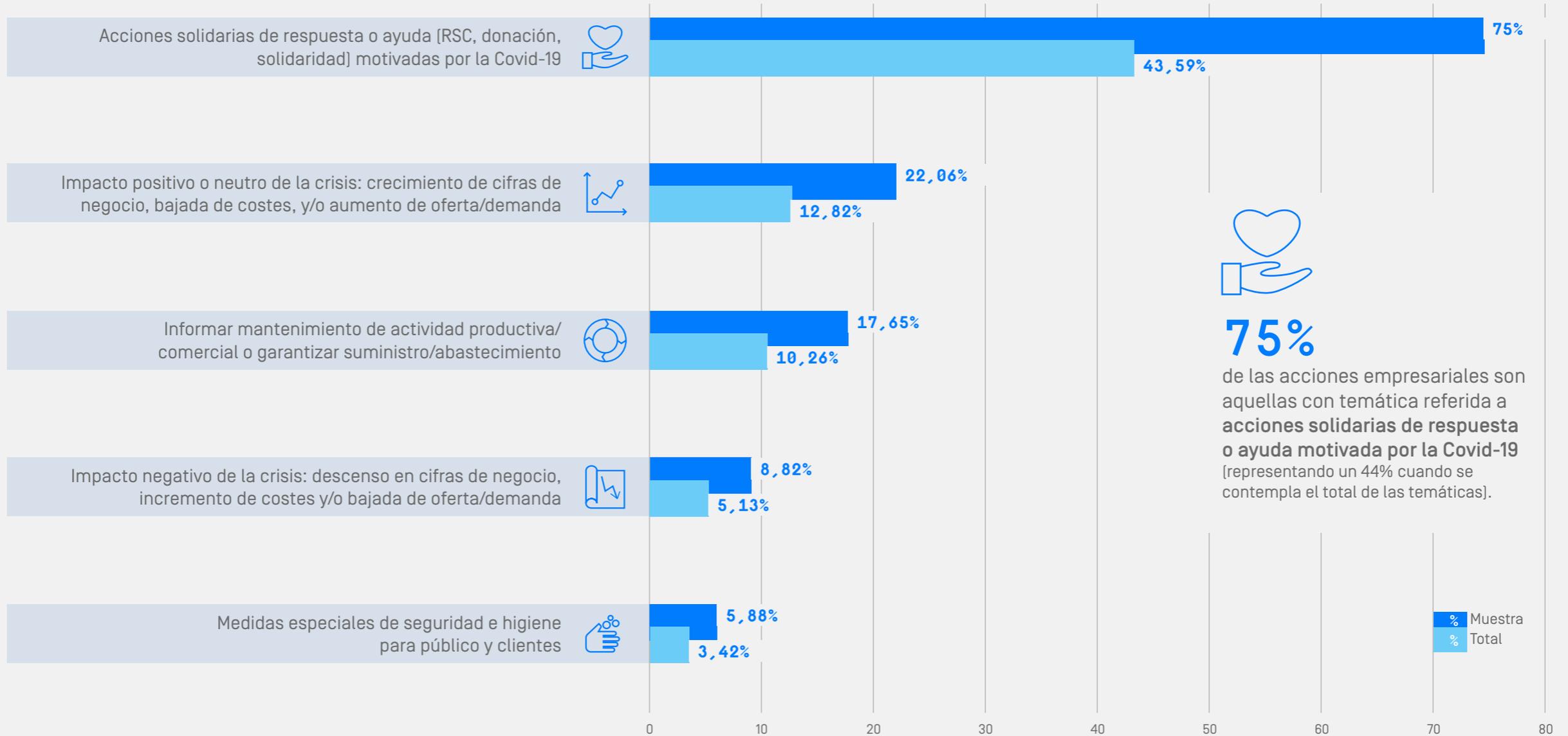


Gráfico 21.

Temáticas específicas de las acciones de respuesta o ayuda motivadas por la Covid-19

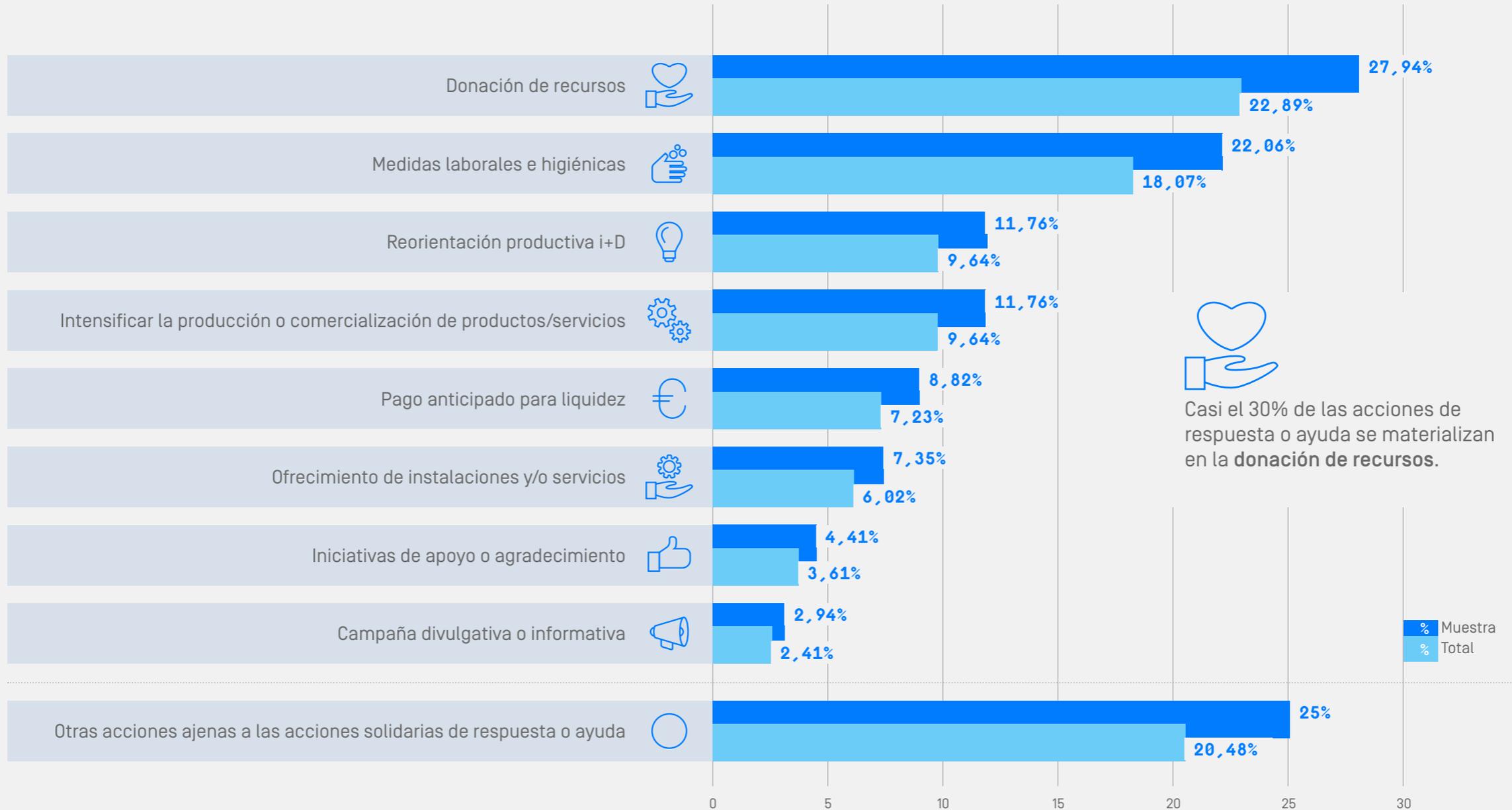
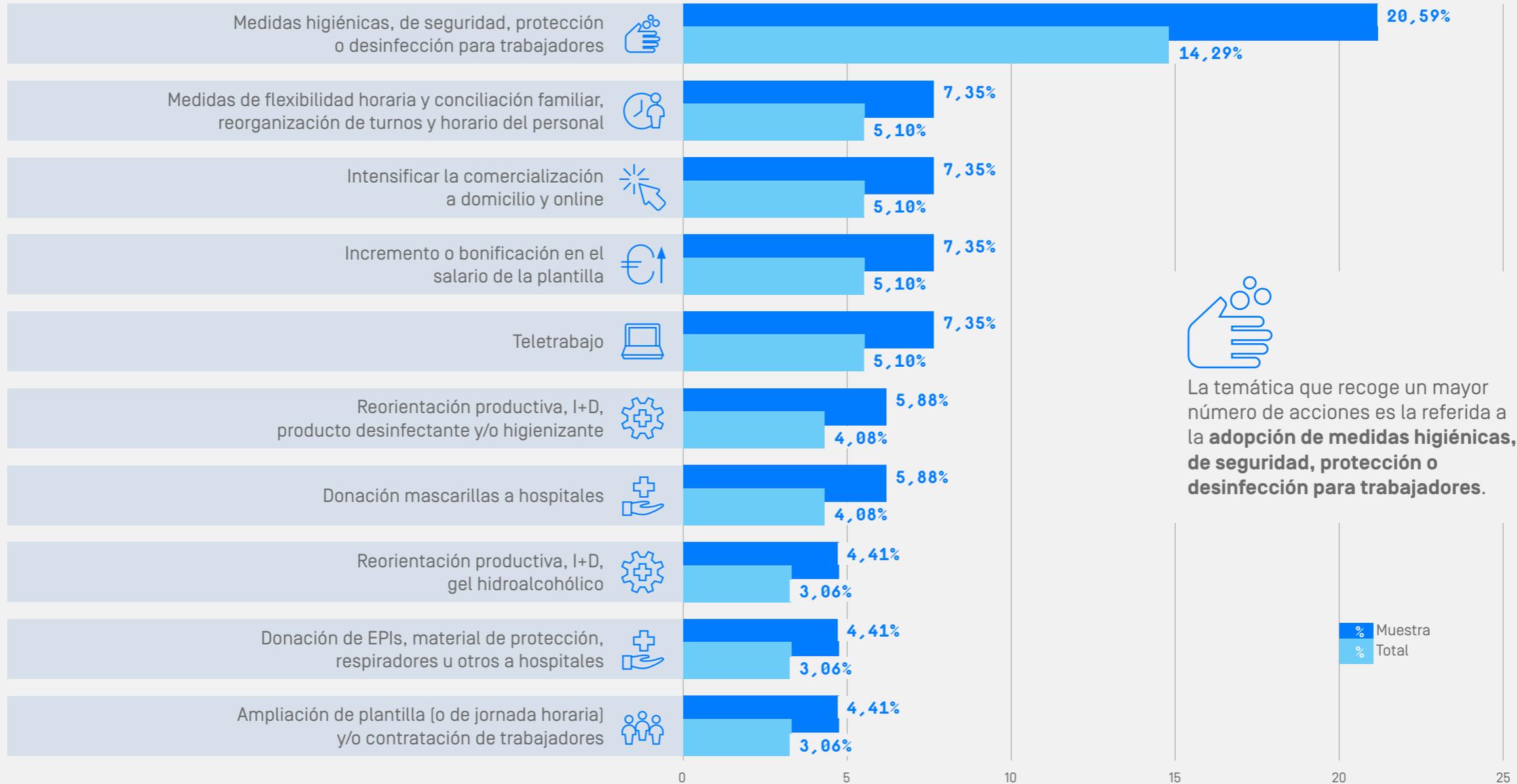


Gráfico 22.

Top 10 temáticas de las acciones empresariales motivadas por la Covid-19 en la CV

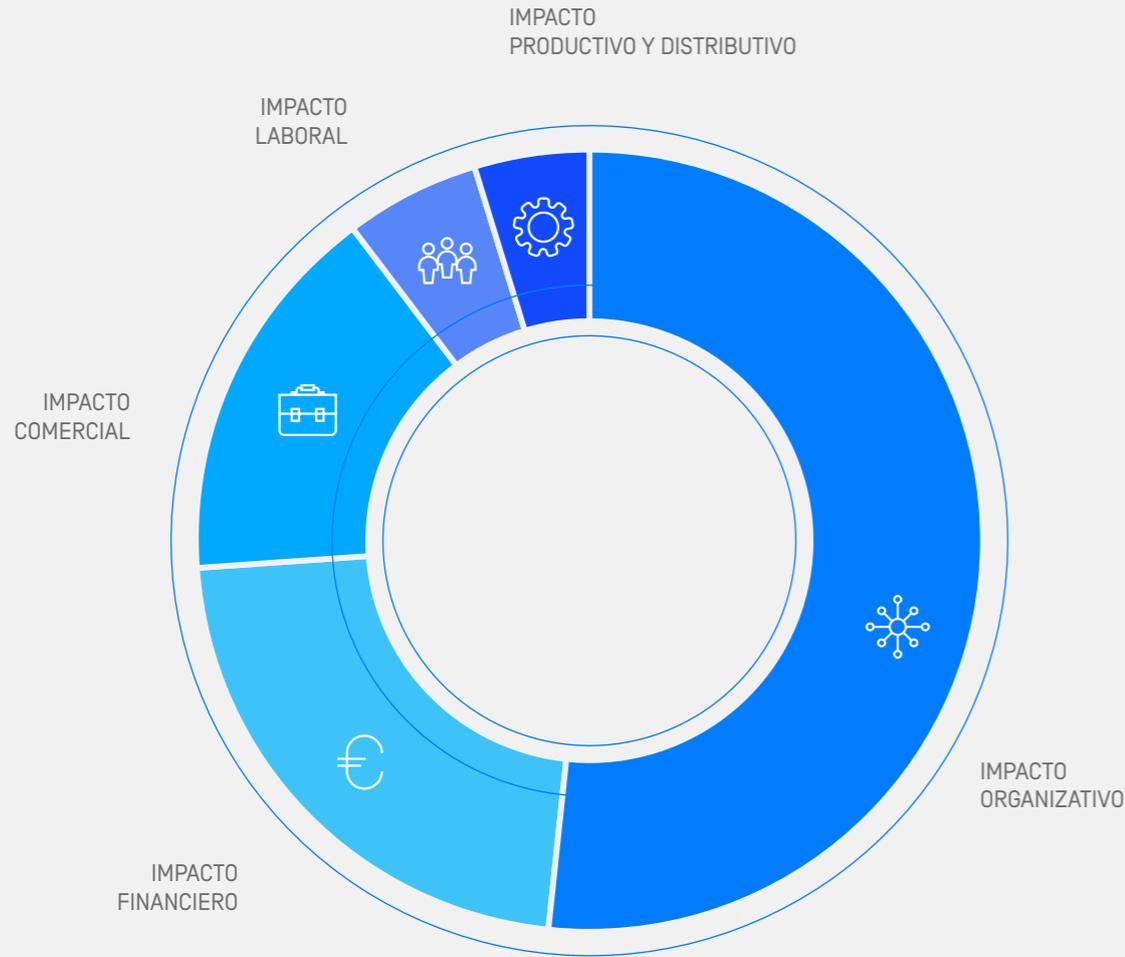


La temática que recoge un mayor número de acciones es la referida a la **adopción de medidas higiénicas, de seguridad, protección o desinfección para trabajadores.**

% Muestra  
% Total

Gráfico 23.

Área de la empresa donde impacta la acción motivada por la Covid-19 en empresas de la CV



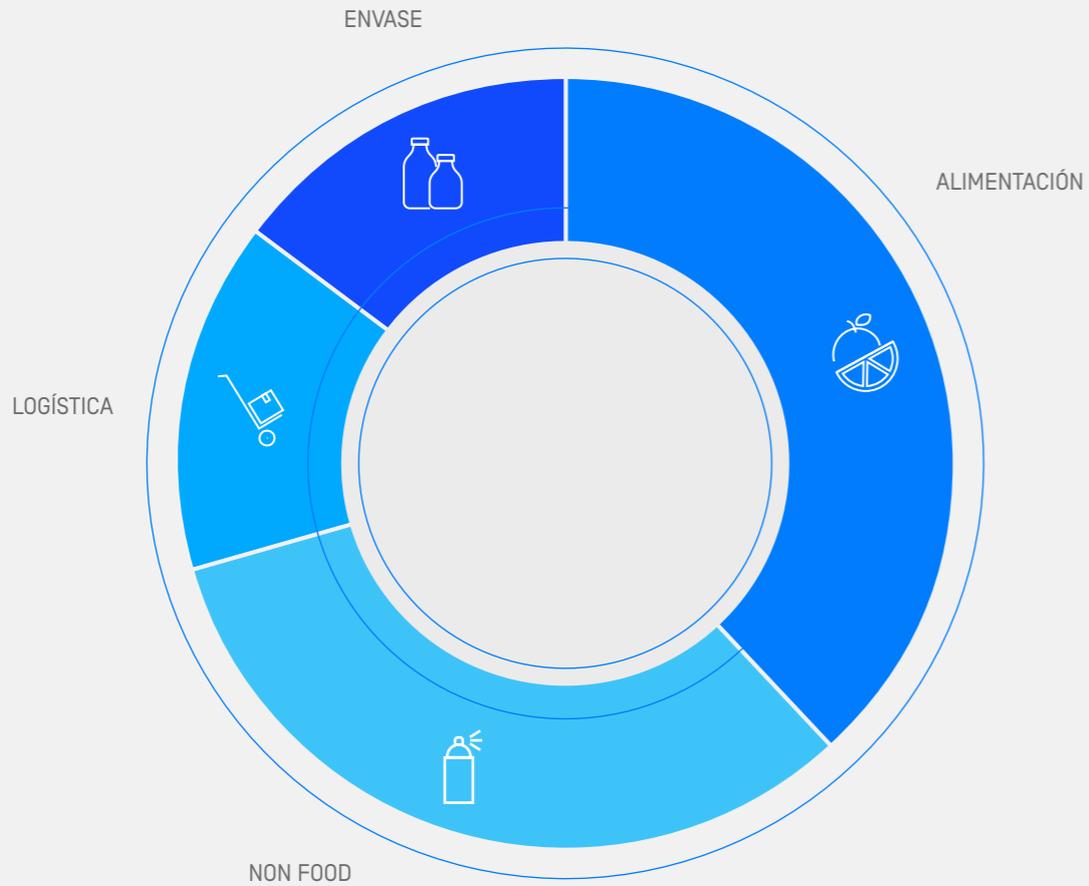
**+50%** de la totalidad de acciones implementadas son aquellas con incidencia en el ámbito organizativo empresarial.

- 51,9% Impacto organizativo
- 22,2% Impacto financiero
- 15,7% Impacto comercial
- 5,6% Impacto laboral
- 4,6% Impacto productivo y distributivo

V: Sección del medio donde se publica la noticia resiliente

Gráfico 24.

Sección de Alimarket donde se publican las acciones de la CV



casi un

**40%**

de las acciones empresariales analizadas aparecen publicadas en

**alimentación**

Le siguen, por orden, las acciones publicadas en las secciones:



**32,4%**

Non food



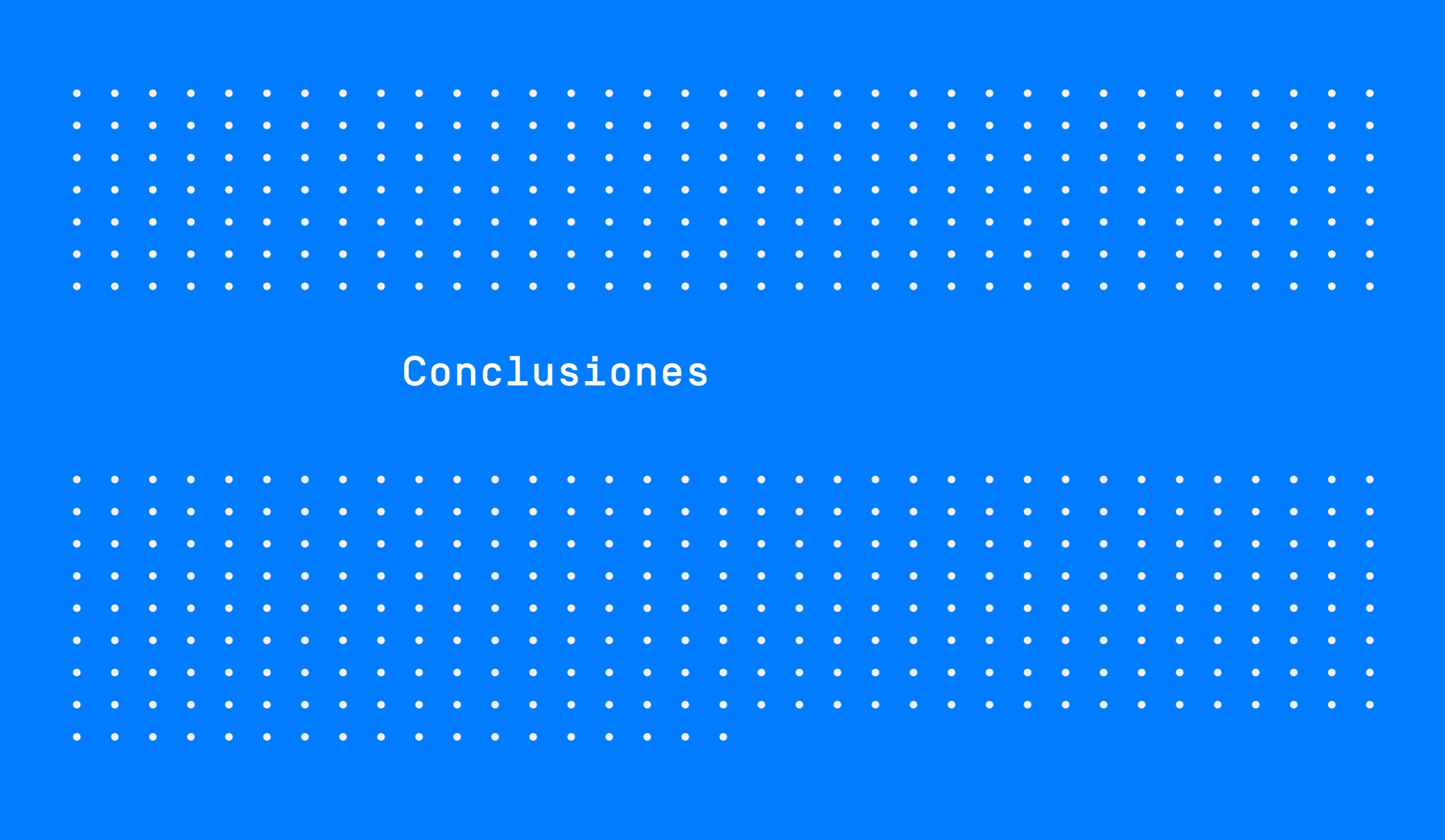
**14,7%**

Logística



**14,7%**

Envase

A decorative background consisting of a grid of small white dots on a solid blue background. The dots are arranged in a regular pattern, with some missing in the bottom-left corner.

# Conclusiones

## Conclusiones

El presente informe analiza un total de 543 acciones empresariales implementadas por empresas del sector del Gran Consumo durante el periodo del primer confinamiento severo a consecuencia de la Covid-19, entre el 10 de marzo y el 4 de mayo de 2020.

El análisis a nivel nacional se complementa con un análisis específico para la Comunidad Valenciana (CV), donde se llevan a cabo el 12,5% del total de las acciones consideradas.

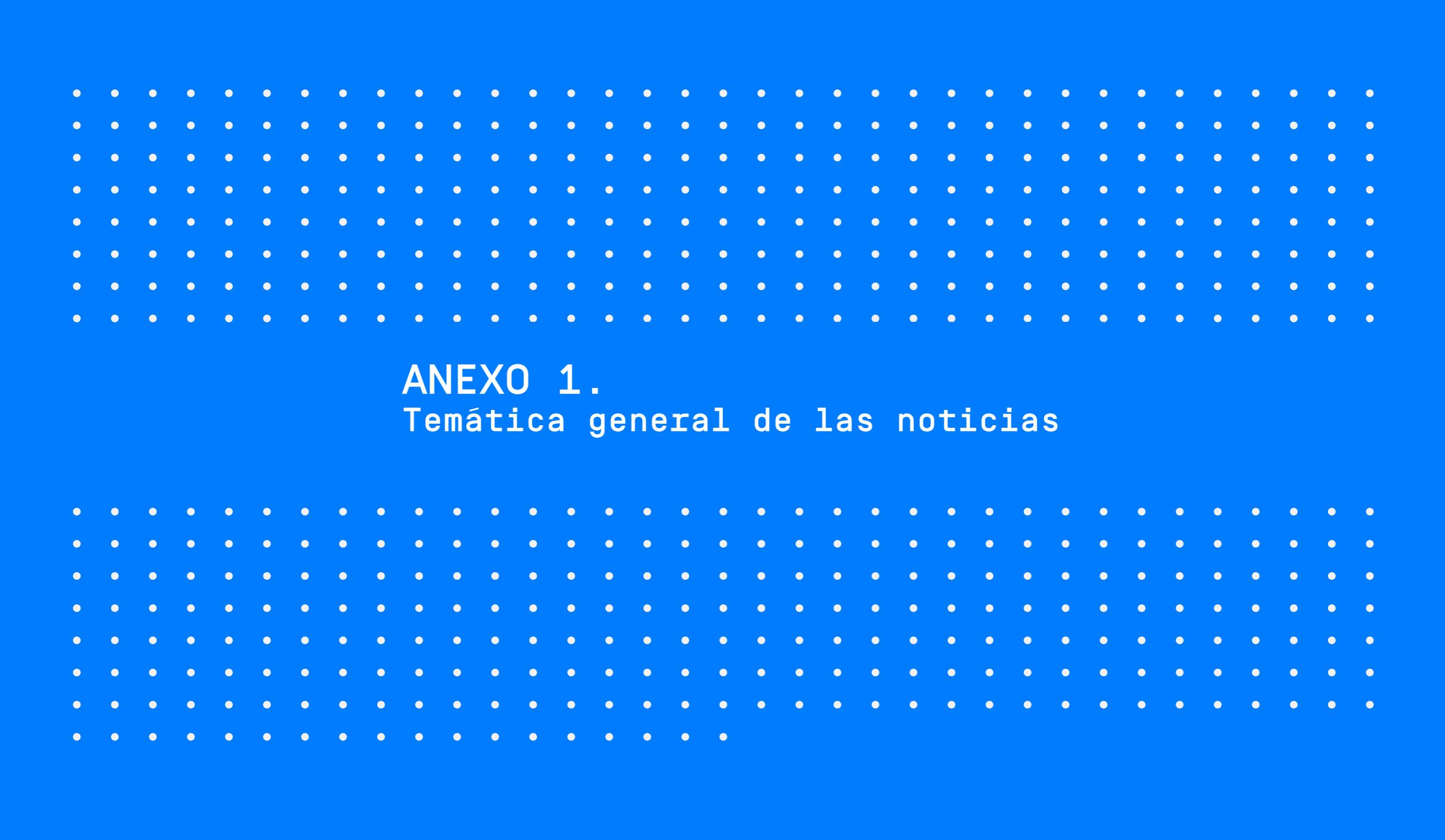
Las acciones analizadas han sido extraídas de noticias publicadas en la revista sectorial líder Alimarket, principalmente en la sección de alimentación. Atendiendo a los grupos de actividad económica según la CNAE, el contenido de las acciones se relaciona fundamentalmente con la industria manufacturera, el comercio mayorista y minorista y, por último, el transporte y almacenamiento.

En concreto, a nivel nacional, la fabricación de alimentación, la distribución alimentaria y de bebidas, son los sectores de actividad que mayor número de acciones emprenden. Por su parte, en la CV los sectores de actividad que generan mayor número de acciones motivadas por la Covid-19 son la fabricación o comercialización de productos de limpieza, higiene y hogar, seguido de la fabricación de alimentación y, en tercer lugar, la distribución alimentaria junto con el sector de logística y transporte.

Atendiendo al ámbito geográfico resiliente en el que se ubican las empresas de gran consumo que implementan las acciones, las tres principales comunidades en cuanto a número de acciones implementadas son, por orden, la Comunidad de Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana; estas tres comunidades representan el 63% del total de acciones. Por su parte, de la totalidad de acciones que se llevan a cabo en la CV, el 71% se realizan en la provincia de Valencia, el 26% en la provincia de Alicante y, el restante 3% en la de Castellón.

Analizando la temática de las acciones desarrolladas con motivo de la Covid-19, se indica que algo más de la mitad de las acciones llevadas a cabo, tanto a nivel nacional como a nivel de la CV, tiene un impacto directo en el ámbito organizativo de las empresas. Además, las acciones solidarias o cooperativas de respuesta o ayuda [donaciones, ayuda y otras bajo el paraguas de la responsabilidad social] motivadas por la Covid-19 se posicionan como el tipo de acción con mayor nivel de ocurrencia en los dos ámbitos geográficos analizados. Más concretamente, temáticas específicas en el marco de las acciones de respuesta o ayuda a la Covid-19 como son la donación de recursos y la implantación de medidas laborales e higiénicas, ocupan la primera y segunda posición, respectivamente, en cuanto a nivel de ocurrencia en ambos ámbitos geográficos; por su parte, las acciones asociadas a iniciativas de apoyo o agradecimiento es la tercera temática a nivel nacional, mientras que a nivel de la CV esta tercera posición la ocupan las medidas vinculadas a la reorientación productiva.

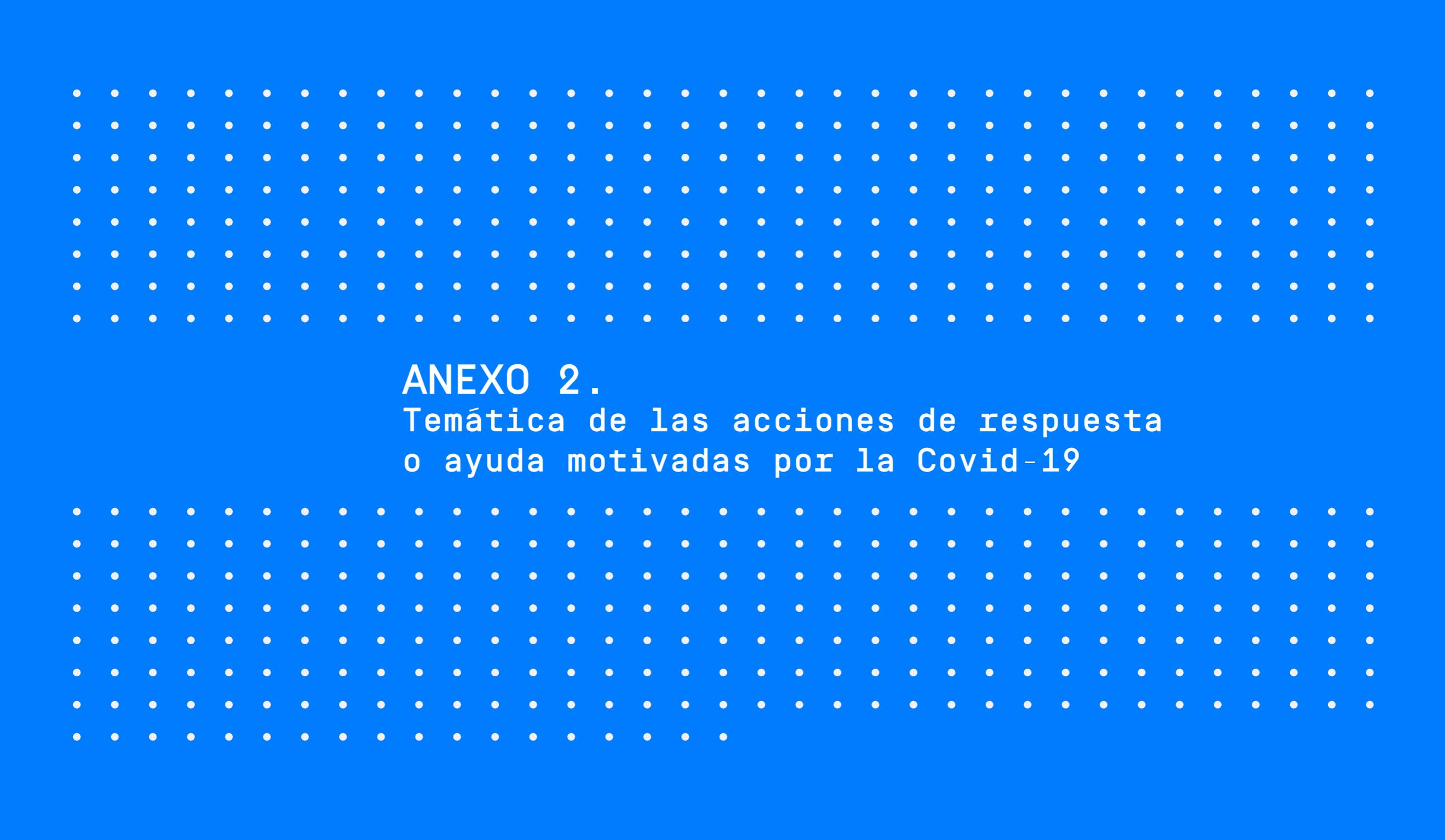
Por último, las tres acciones concretas con mayor nivel de ocurrencia a nivel nacional son: las medidas higiénicas, de seguridad, protección o desinfección para los trabajadores; la donación de EPIs, material de protección, respiradores u otros a hospitales; y, por último, medidas vinculadas a la puesta en práctica del teletrabajo. A nivel de la CV, las acciones relacionadas con la puesta en práctica de medidas higiénicas, de seguridad, protección o desinfección para los trabajadores vuelven a ocupar la primera posición; la segunda y tercera posición la obtienen la reorganización de turnos y horarios del personal (medidas de flexibilidad horaria y conciliación familiar) y las medidas tendentes a intensificar la comercialización a domicilio y/o online, respectivamente.



ANEXO 1.  
Temática general de las noticias

V501. Cancelación o aplazamiento de evento o feria sectorial.  
V502. Cierre temporal de tiendas o instalaciones productivas – Cierre del negocio/concurso.  
V503. Apertura de tiendas o instalaciones productivas.  
V504. ERTE.  
V505. Ampliación de plantilla.  
V506. Acuerdos empresariales.  
V507. Nuevos negocios/Inversión nueva línea de negocio.  
V508. Reorganización de procesos.  
V509. Sostenibilidad.  
V510. Impacto negativo de la crisis. Descenso en cifras de negocio, incremento de costes y/o bajada de oferta/demanda.  
V511. Retraso o aplazamiento de planes de negocio o lanzamientos.  
V512. Cancelación o suspensión de servicios o productos.  
V513. Informar de mantenimiento de actividad productiva/comercial o para garantizar el suministro o abastecimiento.  
V514. Impacto positivo o neutro de la crisis. Crecimiento de cifras de negocio, bajada de costes y/o aumento de oferta/demanda.  
V515. Modificación de hábitos de consumo o compra.  
V516. Incertidumbre, preocupación o expectación sectorial.  
V517. Creación de Plan Estratégico por la Covid-19. Toma de medidas preventivas o planes de contención.  
V518. Medidas de apoyo sectorial del Gobierno.  
V519. Acciones solidarias de respuesta o ayuda [RSC, donación, solidaridad]. motivadas por la Covid-19.

V520. Medidas higiénicas o de seguridad en retail o tienda.  
V521. Impacto en sector HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías).  
V522. Crecimiento sector delivery.  
V523. Creación de Gabinete especial [crisis, seguimiento, evaluación, etc.].  
V524. Limitación de actividades a servicios sanitarios, esenciales o primera necesidad.  
V525. Situación de colapso de la producción o el abastecimiento.  
V526. Modificación de horarios.  
V527. Petición al Gobierno de apoyo o de permisos especiales o presentación/petición de un plan de medidas.  
V528. Agotamiento del stock.  
V529. Medidas especiales de seguridad e higiene para los públicos y clientes.  
V530. Decisiones empresariales de gran importancia, reestructuración de puestos directivos, etc.  
V531. Modificación de tiempos y plazos de trabajo, entrega, distribución, producción, etc.  
V532. Incremento en los costes de la producción, transporte, distribución, etc.



ANEXO 2.  
Temática de las acciones de respuesta  
o ayuda motivadas por la Covid-19

#### DONACIÓN RECURSOS

- V901. Donación económica a hospitales.
- V902. Donación económica a ONG o asociaciones.
- V903. Donación económica a Administración o Institución pública.
- V904. Donación gel hidro-alcohólico a hospitales.
- V905. Donación gel hidro-alcohólico a Administración, Institución pública u ONG/asociaciones.
- V906. Donación mascarillas a hospitales.
- V907. Donación mascarillas a Administración, Institución pública u ONG o asociaciones.
- V908. Donación de EPIs, material de protección, respiradores u otros a Hospitales.
- V909. Donación de EPIs, material de protección, respiradores u otros a Administración, Institución pública u ONG o asociaciones.
- V910. Donación otros [especificar]

#### INTENSIFICAR LA PRODUCCIÓN O COMERCIALIZACIÓN PRODUCTOS/SERVICIOS

- V911. Intensificar producción o comercialización de gel hidro-alcohólico.
- V912. Intensificar producción o comercialización de mascarillas en serie.
- V913. Intensificar producción o comercialización de diademas y pantallas en serie.
- V914. Intensificar producción o comercialización de respiradores en serie.
- V915. Intensificar producción o comercialización 3D.
- V916. Intensificar producción o comercialización productos básicos para hogar, alimentación, higiene, etc.
- V917. Intensificar la comercialización a domicilio y/online.
- V918. Intensificar producción o comercialización de productos y soluciones de atención médica.
- V919. Intensificar producción o comercialización de productos de desinfección.
- V920. Intensificar otra actividad [especificar]

#### REORIENTACIÓN PRODUCTIVA I+D.

- V921. Reorientación productiva, I+D, gel hidro-alcohólico.
- V922. Reorientación productiva, I+D, mascarillas.
- V923. Reorientación productiva, I+D, diademas y pantallas en serie.
- V924. Reorientación productiva, I+D, respiradores.
- V925. Reorientación productiva, I+D, 3D.
- V926. Reorientación productiva, I+D, boquillas de un solo uso (mascarillas, respiradores o gafas)
- V927. Reorientación productiva, I+D, pantalla o máscara de protección.
- V928. Reorientación productiva, I+D, producto desinfectante y/o higienizante.
- V929. Reorientación productiva, I+D, pantallas de separación o letreros de separación en el suelo.
- V930. Reorientación productiva otros [especificar]

#### GRATUIDAD DE SERVICIOS

- V931. Gratuidad de servicios a clientes
- V932. Gratuidad de servicios a clientes potenciales.
- V933. Cambios y beneficios en las condiciones de compra, venta, devolución, reserva o garantía.
- V934. Rebaja en los precios de los productos [especificar medida concreta].
- V935. Aplazamiento de cobro a clientes, franquiciados o socios.
- V940. Gratuidad otros [especificar].

#### PAGO ANTICIPADO PARA LIQUIDEZ

- V941. Pago anticipado de salario a trabajadores.
- V942. Pago anticipado a proveedores.
- V943. Pago anticipado a clientes.
- V944. Incremento o bonificación en el salario de la plantilla.
- V945. Programa de ayuda para proveedores y partners esenciales
- V950. Otras [especificar].

#### MEDIDAS LABORALES E HIGIÉNICAS

- V951. Ampliación de plantilla [o de la jornada horaria] y/o contratación de trabajadores.
- V952. Reducción de plantilla [o de la jornada horaria] y/o despido de trabajadores.
- V953. Medidas de flexibilidad horaria y conciliación familiar; reorganización de turnos y horarios del personal.
- V954. Medidas higiénicas, de seguridad, protección o desinfección para trabajadores.
- V955. Apoyo psicológico a trabajadores.
- V956. Teletrabajo.
- V957. Restricción del aforo de establecimientos.
- V958. Cancelación o restricción de viajes de empresa y de negocios.
- V959. Bajada del salario de los empleados.
- V960. Otras medidas [especificar].

#### INICIATIVAS DE APOYO O AGRADECIMIENTO

- V961. Lanzamiento de iniciativa propia de apoyo a sanitarios.
- V962. Lanzamiento de iniciativa propia de apoyo a trabajadores.
- V963. Lanzamiento de iniciativa propia de apoyo a clientes HORECA
- V964. Adhesión a iniciativa de terceros de apoyo a sanitarios.
- V965. Adhesión a iniciativa de terceros de apoyo a trabajadores.
- V966. Adhesión a iniciativa de terceros de apoyo a clientes HORECA.
- V967. Adhesión a homenajes, agradecimientos o actos simbólicos.
- V968. Iniciativa de apoyo a clientes o personas con necesidades especiales de atención [mayores, con diversidad...].
- V969. Lanzamiento de iniciativa propia de apoyo a la sociedad.
- V970. Otra iniciativa [especificar].

#### CAMPAÑA DIVULGATIVA O INFORMATIVA

- V971. Creación de campaña divulgativa o de promoción relacionada con la Covid-19, el confinamiento, colectivos más débiles...
- V972. Campaña de formación interna o guías informativas para empleados, trabajadores o clientes.
- V973. Creación de página web o App o portal con información específica para clientes, trabajadores, profesionales, etc.
- V980. Otras campañas divulgativas [especificar]

#### OFRECIMIENTO DE INSTALACIONES Y/O SERVICIOS

- V981. Ofrecimiento de instalaciones a ONG, asociaciones, o autoridades para atención sanitaria.
- V982. Ofrecimiento y puesta a servicio de las autoridades para necesidades productivas o de servicio.
- V983. Conversión de hotel en hospital.
- V984. Ampliación de servicios restringidos a un grupo mayor de públicos.
- V985. Cesión de instalaciones, vehículos, máquinas, materiales, herramientas u otros.
- V990. Otros ofrecimientos [especificar].

## Sobre UA\_Brandscience

UA\_Brandscience [grupo de investigación de la marca corporativa de la Universidad de Alicante] centra su investigación empírica y aplicada en aspectos funcionales, psicosociales, económicos y jurídicos de las marcas y otros intangibles. El grupo tiene dilatada experiencia en asistencias técnicas a empresas e instituciones, así como formación in company sobre Inteligencia estratégica y prospectiva global y sobre estrategia en intangibles, marca y management. El grupo ha dirigido proyectos para industrias estratégicas en la actualidad como la industria del conocimiento, de la ciencia, de la educación y de la salud, de la biotecnología, de la energía, de la inteligencia artificial, robótica, defensa y seguridad. Ha trabajado también para el tercer sector, la industria del gran consumo o la industria creativa.

Conócenos en: [UA\\_BRANDSCIENCE](#)

Para más información: [f.olivares@ua.es](mailto:f.olivares@ua.es)

# 543

## acciones de resiliencia del sector Gran Consumo ante la Covid-19

España y Comunidad Valenciana

### Idea y Dirección:

Fernando Olivares Delgado

Director de UA\_Brandscience

[Grupo de investigación de la Marca Corporativa]

### Análisis de datos:

Aurora Calderón Martínez

Profesora Titular de Marketing de la Universidad  
de Alicante y miembro de UA\_Brandscience

Enar Ruiz Conde

Profesora Titular de Marketing de la Universidad  
de Alicante y miembro de UA\_Brandscience

### Diseño editorial e infografías:

Marina Gutiérrez Teixeira

llum.me

# 543

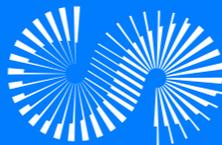
acciones de resiliencia  
del sector Gran Consumo  
ante la Covid-19  
España y Comunidad Valenciana

UA\_Brandscience

<https://catedramarcacorporativa.es>



**cátedra de la  
marca corporativa**  
Universidad de Alicante



UA  
—  
**brandscience**

Grupo de  
Investigación  
de la Marca  
Corporativa