

ESTUDIO PRELIMINAR SOBRE MARCAS DE DISTRIBUCION, MARCAS PROPIAS DE PRESTIGIO Y CONDICIONES LABORALES.

RESUMEN ESTUDIO

CATALUÑA



Barcelona, 9 de Diciembre de 2009

1. INTRODUCCION

En un contexto económico desfavorable motivada por el fracaso de un modelo económico y productivo, con una gran falta de liquidez tanto en las empresas como en muchos hogares, los consumidores tienden a reducir sus gastos sustituyendo los productos de marcas propias (MP) con una importante implantación en el mercado, por otros de precio más barato, conocidos como Marcas de Distribución (MDD) y que de un modo coloquial se denominan marcas blancas.

Los efectos que esto tiene para las empresas del sector agroalimentario que fabrican Marcas Propias y de prestigio son varios: pérdida de cuota de mercado, una presión para reducir las inversiones en I+D+i, se confirma una pérdida de eficacia en sus campañas de publicidad, menores márgenes de beneficios... todos estos factores dibujan un escenario más complicado para llevar a cabo la Negociación Colectiva y ponen en riesgo la calidad del empleo en el sector.

Resulta preocupante que en Cataluña, aunque en menor medida que en España, sigue la tendencia al crecimiento de la producción para Marcas de Distribución. La pérdida de cuota de mercado de las grandes marcas de prestigio se debe en gran parte a la concentración y poder de negociación de la Gran Distribución, a la diferencia de precio percibida por el consumidor final ante el lineal, o a las condiciones de pago. En este último año se ha confirmado que la Gran Distribución había llegado a eliminar de sus lineales productos de Marcas de Prestigio con poca rotación, potenciando con este criterio sus propias Marcas de Distribuidor.

2. BASES DEL SISTEMA AGROALIMENTARIO CATALAN.

1. Las principales características del sistema Agroalimentario Catalán son:

- El agroalimentario es el primer sector industrial en Cataluña (por delante de la industria química), aportando el 16% del total de su producción industrial, siendo igualmente la primera industria agroalimentaria en España con un 25% del total de la facturación del sector.
- El sector en Cataluña ocupa la segunda posición en materia de empleo en la industria con 80.000 personas (tras la industria química), suponiendo el sector ganadero y sus industrias asociadas cerca de 60.000 empleos. Según el observatorio europeo de cluster el sector agroalimentario catalán agruparía con todo el conjunto de empresas auxiliares 126.000 empleos.
- En orden de importancia de facturación estos son los principales subsectores:

Industrias Cárnicas 31'7%,
Alimentos Compuestos para animales 11%,
Industrias Lácteas 6%,
- Esto supone que solo **el sector ganadero mueve más del 50% de la actividad agroalimentaria en Cataluña y cerca del 80% del empleo.**

- Siguen en orden de importancia:

Pan y galletas 10%,

Vinos y cavas suponen el 6'3% (como la media nacional) y

Otras bebidas suponen el 12'2% del total de la facturación (repartido a parte iguales entre aguas y no alcohólicas y alcohólicas),

Aceites y grasas vegetales suponen el 5'4% con un importante crecimiento en los últimos años,

Frutas y hortalizas 4% lo que supone menos de la mitad de la media nacional.

- En la estructura agroalimentaria catalana destaca **la excepcional solidez y el enfoque integral e integrado de la cadena de valor ganadero.**
- La **industria agroalimentaria consume entre el 60% y el 70% de las materias primas producidas en Cataluña**, lo que contribuye a generar un **especial consistencia a la cadena de valor y solidez al sistema productivo, reduciendo los costes logísticos y de emisiones vinculados al transporte.**
- Es un sector que crece menos en época de expansión económica, pero también resiste mejor la crisis en tiempos de recesión. Al ser especialmente importante su aportación al PIB confiere una particular resistencia de base a la economía catalana.
- Comparada con el resto de las CCAA Cataluña destaca por ocupar el primer puesto en valor añadido bruto de la industria alimentaria sobre el conjunto de la economía supone un 21'5% (en segundo lugar Andalucía con el 13'6% y en último lugar Extremadura solo un 2%) y el último lugar en el Valor Añadido Bruto del sector primario con 1'4% (con Extremadura a la cabeza con el 9'1% del VAB agropecuario). Esto significa que **se trata del territorio peninsular con un mayor peso agroindustrial y un menor peso agrario sobre el PIB en el conjunto de las diferentes CCAA.**

- Destacan en los últimos diez años las importantes **inversiones en el sector cárnico**, seguido del realizado en harinas y alimentos compuestos para animales, luego el subsector de aceites, que por su parte aun dobla las inversiones realizadas en el subsector de vinos y cavas. De este modo las inversiones en el subsector cárnico han triplicado a las realizadas en vinos, lo que acentúa el dinamismo de este subsector.

Por orden de importancia económica y señalando el porcentaje sobre el total de la actividad del sector, pasamos a resumir las condiciones laborales en los diferentes subsectores agroalimentarios:

Industrias Cárnicas el 31% con tendencia a consolidarse y ganar posiciones en el conjunto de la actividad agroindustrial. Todas las empresas de Cataluña se acogen al convenio estatal de cárnico.

Alimentos Compuestos para animales el 11% con tendencia a consolidarse y ganar posiciones.

Pan y galletas el 10%: con tendencia a consolidarse y ganar posiciones.

Vinos y cavas el 6% mantiene posición y tendencia

Aguas envasadas el 6%

Resto de bebidas no alcohólicas el 6%

Industrias Lácteas el 6%: se ha reducido un 4% en los últimos 10 años, pero parece consolidarse el actual porcentaje.

Frutas y hortalizas el 4%. Es un sector con poco volumen industrial y poca incidencia en MDD, y en el que son prioritarias las condiciones laborales en las campañas de recogida de fruta.

3 .-METODOLOGÍA

“Las condiciones laborales son mejores en las empresas fabricantes con Marca Propia (en adelante MP) y de prestigio (MPP) que en las empresas que fabrican para Marcas blancas o Marcas de Distribución (en adelante MDD)”. El objetivo de trabajo es confirmar o no esta hipótesis aplicado al caso del tejido productivo catalán.

Se ha seleccionado para ello **seis subsectores** (cava y vinos espumosos, industrias lácteas, industrias cárnicas, aguas de bebida envasadas, panadería industrial y cacao solubles) en el marco de los cuales se comparan:

- a) el Acuerdo Marco o el Convenio colectivo Estatal, Autonómico o Provincial como aquel que sirve de referencia a las empresas o centros que producen para MDD
- b) los convenios de empresa o acuerdos de centro de MPP.

Dificulta objetivamente la comparación el hecho de que algunas grandes empresas con Marca Propia hacen también Marca de Distribución, no disponiéndose oficialmente de los porcentajes de producción que destinan a cada tipo de marca. Por ello las comparaciones ofrecidas se realizan entre centros que realizan “casi solamente” marca de distribución con otros centros o empresas que realizan “casi exclusivamente” marca propia, en cada caso se exponen las estimaciones que aportan los representantes y cuadros sindicales.

La comparación salarial se realiza a partir del salario hora, tomando como referencia la categoría de oficial de primera de producción. Los porcentajes que organizan el resultado y conclusiones del estudio se refieren a diferencias detectadas entre el salario hora entre estos dos perfiles de empresas e industrias alimentarias.

4.- ANALISIS DE RESULTADOS. TENDENCIAS Y TIPOLOGIA DE EMPRESAS.

Desde el punto de vista de las tendencia podemos distinguir tres modelos o perfiles entre las empresas de los diferentes subsectores considerados en su relación o tendencia respecto a las MDD:

Modelo A. Fabricante con MP que no hacen MDD.

Casos: A, B, C, D o E

Tendencia: parece reducirse el numero de empresas que no hacen MDD, manteniendose casos puntuales.

Modelo B. Fabricante con MPP que hacen MDD en mayor o menor proporción.

Casos: F.

Tendencia: parece aumentar en numero y en porcentaje de produccion MDD, algunos de las personas consultadas consideran el 40% el limite maximo que una empresa con marca propia puede dedicar a producir para MDD, siendo aconsejable diversificar las MDD para las que se produce.

Modelo C. Fabricante sin MPP que mayoritariamente produce MDD.

Casos: : G. (cerca del 70%), D (cerca del 60%) o JS (cerca del 70%).

Tendencia: cada vez hay mas empresas que elaboran para MDD.

5.- CONCLUSIONES

Los mejores convenios y condiciones laborales en el sector alimentario en Cataluña se dan en empresas que tienen Marca propia de prestigio y no fabrican para MDD (es el caso de F., B., CC., LP., FV. o DN).

En el distintos subsectores analizados las diferencias salariales encontradas, expresadas en porcentaje de diferencia de salario base hora, son las siguientes:

- Vinos y Cavas la diferencia en el salario hora llega a alcanzar el 29,58 % a favor de los trabajadores de MPP.
- Industrias Lácteas alcanza el 12,35 % de diferencia.
- Industrias Cárnicas puede alcanzar el 14 % de diferencia.
- Aguas de Bebida envasadas es del 44,77 % la diferencia entre salario base entre empresas con MP y MDD.
- Panadería Industrial la diferencia es del 62,89 %.
- Cacaos solubles la diferencia es del 45,76 %

Por ello, la Federación Agroalimentaria de CC.OO. considera que las empresas que elaboran marcas de distribución (MDD) generan, también en Cataluña, peores condiciones económicas que las que elaboran marcas propias y marcas propias de prestigio (MP y MPP). Con una diferencia media en el salario base entre un 12,35 % y un 62,89 %, en contra de los trabajadores de las empresas que fabrican marcas de distribución, haciendo mención especial a que en la mayor diferencia detectada (Panadería Industrial) se da la circunstancia de que la marca blanca (MDD) que compite con la marca propia (MP) se fabrica fuera de Cataluña".

La Federación Agroalimentaria considera además que las MP generan una mayor fidelización con el consumidor, y que entrañan un menor riesgo de deslocalización y de pérdida de empleo, y presentan mejores condiciones tanto laborales como económicas y sociales.

Equipo de trabajo bajo la coordinación de la Secretaria Federal de Política Sectorial.