

Publicado el lunes 22 de julio de 2013

Los grandes fabricantes sufren la desaparición de 11 firmas, el 0,6% de las sociedades liquidadas y el 15% de las de su segmento.

La guerra de precios y la crisis hunden a las pymes agroalimentarias: 1.855 liquidadas, un 97% del total

Aprobada la Ley de la Cadena Alimentaria, que intenta armonizar las relaciones entre los operadores sin recurrir al intervencionismo

Jorge Chamizo.— La profunda recesión, la caída del consumo y la pujanza de las llamadas marcas blancas están pasando una seria factura al tejido industrial agroalimentario del país, pero sobre todo a los pequeños fabricantes. Las grandes empresas y las grandes superficies se han adaptado mejor a la coyuntura y han optado por fabricar ese tipo de enseññas de precio económico que están a punto de hacerse con el 50% del mercado. Entre 2008 y 2012 han desaparecido 1.910 empresas del sector, de las cuales 1.855 eran pymes, es decir, que el 97% de las sociedades liquidadas tenía menos de 50 empleados. Este tipo de sociedad que conforman la base del tejido industrial de este sector, está siendo sustituida por esas grandes empresas dedicadas a la producción de marcas blancas, según los datos de la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB),



Hay muchos ejemplos: la francesa Senoble, fabricante de productos lácteos para muchas cadenas de distribución que factura más de 1.100 millones de euros o la portuguesa Sovena, dedicada a la producción de aceite y unas ventas que rondan los 1.000 millones de euros.

El trasvase queda patente si lo analizamos en términos de cuota de mercado: los cerca de 16 puntos de crecimiento de la cuota de la marca blanca entre 2002 y 2012 provienen en casi un 70% de la expulsión del mercado de las segundas y terceras marcas, que han perdido 11 puntos de cuota de mercado.

Por el contrario, entre las grandes firmas, las de más de 500 trabajadores, el impacto de la crisis, siendo importante, refleja otro tipo de datos si analizamos el sector en su conjunto. Han desaparecido 11 firmas lo que supone el 0,6% del total de las sociedades liquidadas y el 15% de las de su segmento.

El escalón siguiente a la pyme, el de las empresas de entre 50 y 200 empleados es el segundo más afectado, con 36 sociedades que han echado el cierre, lo que supone casi el 2% de la cifra total de firmas desaparecidas. Según datos de la consultora Shopertec, en los últimos años ha desaparecido un 22% de marcas en productos de gran consumo.

La patronal de las marcas de fabricantes, Promarca, también advierte que quienes se están viendo más perjudicados son los eslabones más débiles de la industria: las segundas y terceras marcas, y las pymes. Un proceso que se ve acelerado por prácticas comerciales polémicas por parte de los distribuidores, como por ejemplo, la no referenciación de productos de estas empresas, la prohibición de realizar promociones, la aplicación de márgenes abusivos o la colocación de los productos en lugares inaccesibles en los lineales. Estas prácticas han sido puestas de manifiesto por la Comisión Nacional de la Competencia en su Informe sobre las relaciones entre fabricantes y distribuidores en el sector alimentario.

Para una pyme, que sus productos no se listen en las cadenas o sean expulsados del lineal de una gran cadena o que no se referencien sus innovaciones supone echar por tierra la inversión y el esfuerzo realizado durante muchos años.

Y, por su tamaño, las posibilidades de intentarlo de nuevo son muy reducidas. En suma, este tipo de prácticas que los fabricantes consideran discriminatorias son para las pequeñas y medianas empresas una espada de Damocles que, en muchos casos, conduce directamente a su desaparición.

El Gobierno, a través del Ministerio de Agricultura, salía al paso de estas preocupaciones de los fabricantes al afirmar que "precisamente para resolver el mencionado problema el Gobierno ha aprobado la Ley de la Cadena Alimentaria, que entrará en vigor a pleno rendimiento en diciembre para equilibrar el poder entre los distintos eslabones de la cadena y, sobre todo, limitar y regular la información que los fabricantes suministran a

los distribuidores". El tema no es sencillo y dentro del propio Gobierno ha suscitado una encendida polémica, sobre todo entre el titular de Agricultura, Miguel Arias Cañete, y el de Economía, Luis de Guindos, sobre el grado de intervencionismo de la nueva norma. El pulso, en términos globales, lo han ganado los criterios más liberales de este último ministerio, que ha desbaratado la idea inicial de fijar precios mínimos en la venta de productos desde el inicio de la cadena, es decir, desde el eslabón de los fabricantes, a los distribuidores.

Cadena alimentaria

La nueva norma, ratificada por el Congreso de los Diputados la semana pasada, pretende en términos generales mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, de manera que aumente la eficacia y competitividad del sector agroalimentario. Según sostiene el Gobierno, la norma reducirá el desequilibrio en las relaciones comerciales entre los diferentes operadores de la cadena de valor, en el marco de una competencia justa. Para ello, la ley se basa en un modelo mixto de regulación y autorregulación de las relaciones comerciales entre los agentes de la cadena, desde la producción hasta la distribución de alimentos o productos alimenticios.

Así, la ley regula los contratos alimentarios y las prácticas comerciales abusivas. En relación con el régimen de contratación, la principal novedad radica en la obligatoriedad de formalizar por escrito los contratos alimentarios que se suscriban entre los operadores de la cadena. En cuanto a las prácticas comerciales abusivas, la Ley prohíbe las modificaciones de las condiciones contractuales, salvo que se realicen de mutuo acuerdo. Para ello, los contratos deberán contener las cláusulas en las que se prevea el procedimiento para su posible modificación.

Por otra parte, la norma asienta la autorregulación de las relaciones comerciales mediante un Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la contratación alimentaria, que está elaborando el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente junto a las organizaciones y asociaciones representativas de la producción, la industria y la distribución.

Dicho Código, que será de adhesión voluntaria, cuenta también con la participación del Ministerio de Economía y Competitividad y de las comunidades autónomas, con el objetivo de promover un código de aplicación uniforme en todo el territorio nacional. Para ello, se va a establecer un Registro Estatal, que agruparía a todos los operadores de la cadena que se

en portada

- ▶ La guerra de precios y la crisis hunden a las pymes agroalimentarias: 1.855 liquidadas, un 97% del total
- ▶ Construcción: Hacienda penaliza la carretera
- ▶ Bancos y grandes empresas se retratan con sus resultados semestrales
- ▶ Las remesas de los españoles en el extranjero ya compensan a las enviadas desde España
- ▶ Sniace, con más del 22% de subida, cotiza la reforma eléctrica
- ▶ Vuelve el optimismo
- ▶ Cuando vayas a la playa no te olvides la... 'tablet'
- ▶ Las lentas agonías
- ▶ Colombia: el proceso de paz y la economía en peligro
- ▶ Gas Natural Fenosa reduce sus emisiones un 12%, según su Informe de Huella de Carbono
- ▶ Telefónica cerrará en unos días la venta del 40% de sus activos en Centroamérica por 500 millones
- ▶ Iberdrola amplía capital en un 1,787% como parte del programa de 'scrip dividend'
- ▶ CaixaBank culmina la fusión de Banco de Valencia
- ▶ El Santander crea iSantander, que operará por Internet e integrará la actividad de iBanesto

adscriban a este código.

Asimismo, se crea el Observatorio de la Cadena Alimentaria, que asumirá las funciones del Observatorio de Precios de los Alimentos y, además, informará de la propuesta de Código y realizará su seguimiento; tratará de fomentar las buenas prácticas y sistemas ágiles de resolución de conflictos; y analizará la estructura básica de los costes y de precios percibidos y pagados, así como las causas. Por último, la norma establece un control administrativo para velar por el cumplimiento de lo dispuesto en la ley.
