

Las marcas blancas alimentan el empleo del sector

- Mientras la ocupación del sector de la alimentación cayó un 4,1% en 2008, la contratación de los fabricantes de marcas blancas se mantuvo y está registrando un aumento del 10-15% este año.
- Por su alto grado de temporalidad, vinculada a la producción, estos fabricantes están requiriendo de los servicios de las ETT, por lo que Adecco Alimentación ha especializado en este sector 17 de sus oficinas en los principales núcleos productores del país: Cantabria, Sevilla, Málaga, Cuenca, Galicia, Cataluña, Levante y Valladolid.
- Los perfiles más demandados por el sector son: peones de producción y especialistas en maquinaria, carretilleros, técnicos y auxiliares de laboratorio de calidad alimentaria, jefes de equipo y técnicos de mantenimiento.
- La guerra declarada en el sector, entre los fabricantes de primeras marcas y marcas blancas, provoca que las empresas se reinventen demandando otros perfiles como: key accounts, biólogos, tecnólogos de alimentos, analistas de corporate finance, publicistas y diseñadores.

Madrid, 20 de abril de 2009.- Pocos son los sectores que se salvan de la crisis, pero algunos están incluso sacando provecho de ella. Es el caso del sector de la alimentación, y más en concreto, de las marcas blancas. Éstas no sólo han aumentado su facturación un 27,3% en el último año, según la consultora Nielsen, sino que han revolucionado al sector provocando una batalla entre las primeras marcas y ellas.

La invasión de las marcas blancas en los supermercados ha sido progresiva, pero en este último año ha llegado a cifras nunca vistas: en 1991 se situaba en el 7,7% del total de los productos, hasta alcanzar el 30% en 2008. Y las previsiones apuntan hacia una mayor ocupación, ya que existen grandes superficies que están desarrollando cuotas de producción propias de hasta el 35%.

Esto ha provocado un repunte de la demanda de empleo importante por parte de los fabricantes de las marcas blancas, mientras que los de las primeras se han visto obligados a recortes de plantillas por el descenso del consumo de sus productos.

La crisis ha provocado un cambio en el hábito de consumo de los ciudadanos: aunque no han recortado el consumo de los productos de primera necesidad, sí que están sustituyendo las primeras marcas por marcas blancas, ya que permiten un ahorro de entre un 18% y un 42% sobre las primeras.

Las marcas blancas alimentan el empleo del sector

El número de ocupados por este sector sufrió una caída del 4% en 2008 con respecto al año anterior. Este descenso está en la media de todos los sectores de la economía española, pero la industria alimentaria no deja de ser la principal rama de actividad de la industria manufacturera europea en producción y empleo, representando el 17% del PIB industrial español y empleando a cerca del 15% de sus trabajadores.

En total, son 487.200 profesionales los que han sido ocupados por este sector en 2008, y frente a la caída mencionada del 4%, las marcas blancas fueron las que se escaparon de este retroceso, manteniendo sus plantillas e incluso registrando un aumento del 10-15% en el comienzo de este año 2009.

Según Adecco Alimentación, son los grandes productores de las marcas blancas los que están salvando al sector y generando más empleo en medio de la crisis. Así, las empresas que entre su target de productos tienen elaboración de marcas blancas han visto incrementadas sus ventas, lo que ha provocado el refuerzo su plantilla con personal extra, bien por medio de las empresas de trabajo temporal, como por selección, e incluso han tenido que incrementar su

consumo en formación para capacitar al nuevo personal. Sin embargo, estos fabricantes han visto cómo su rentabilidad se ha reducido, ya que están vendiendo más volumen pero a un margen comercial mucho más bajo.

La cruz de la moneda la representan las empresas que no producen marcas blancas, las cuales han visto reducidas sus ventas entorno al 4,1%, según Alimarket, pudiendo alcanzar hasta el 10% de caída. La principal razón de estos descensos es que las grandes cadenas de distribución están retirando de sus lineales de venta una parte importante de sus productos, lo cual ha acabado impactando directamente en la generación de empleo de estos fabricantes. Así ha provocado reestructuraciones de plantilla en algunas empresas e incluso cierres o traslados de producción a otros países.

Adecco Alimentación lleva constatando esta tendencia desde el año pasado. La contratación temporal de los fabricantes de primeras marcas descendió en 2008 con respecto a 2007 un 19,9%, mientras la demanda de empleados por parte de los productores de marca blanca se mantuvo. Sin embargo, ha sido en 2009 cuando se ha producido un repunte importante de la contratación temporal en estas empresas, acumulando un incremento de entorno a un 6% hasta marzo con respecto al mismo periodo del año anterior.

Además, el sector de la alimentación se caracteriza por su alto grado de temporalidad, ya que en todo momento el personal está vinculado a las necesidades de producción. Con motivo de la crisis, según Miquel Moll, Director Sectorial de Adecco Alimentación, *“cada vez se acortan más las previsiones de producción y en muchos casos las peticiones de trabajadores son de un día para otro. La incertidumbre del momento está haciendo que las empresas busquen máxima flexibilidad y necesitan en todo momento los mejores trabajadores tanto temporales como fijos. Nosotros les aportamos esa flexibilidad con los mejores trabajadores, acostumbrados a trabajar en periodos cortos de tiempo y con una gran capacidad de adaptación”*.

De hecho, este sector es el segundo, detrás del de transporte, en contratación a través de trabajo temporal, siendo Adecco Alimentación proveedor del 80% de las multinacionales del sector. Esta flexibilidad es requerida por los productores de marcas blancas, que necesitan tener plantilla flexible, pues no saben hasta cuando va a durar el crecimiento de producción actual; también los productores de primeras marcas necesitan flexibilizar plantilla debido a que pasan por momentos bajos y han de transformar costes de personal fijos en variables.

Por ello, Adecco Alimentación, división creada en 2008, ha apostado por ampliar sus delegaciones especializadas para atender a este sector disperso por numerosas regiones de España. Así, **ha especializado 17 nuevas oficinas en los principales núcleos productores del país: Cantabria, Sevilla, Málaga, Cuenca, Galicia, Cataluña, Levante y Valladolid.**

Para Miquel Moll es fundamental la especialización de la empresa de recursos humanos para aportar las soluciones que los fabricantes necesitan: *“Comprender la importancia de cada momento productivo en el cadena de suministro alimentaria y la necesidad de controlar todos los procesos en términos de calidad, higiene y trazabilidad, es fundamental para poder orientar nuestros propios procesos de reclutamiento, selección y formación, adaptándolos en todo momento a nuestros clientes y candidatos”*.

Según Adecco Alimentación, los perfiles de carácter temporal más demandados por el sector son:

- **Peones de producción** (fileteadoras, despiece, envasado, embotellado, paletizado, etiquetado,...).
- **Peones especialistas en maquinaria** (envasado, embotellado, mezcladoras,...).
- **Carretilleros de producción y logística.**
- **Técnicos y auxiliares de laboratorio de calidad alimentaria.**
- **Jefes de Equipo.**
- **Auxiliares y Administrativos.**
- **Técnicos de Mantenimiento.**

Las recetas del sector alimentación

En la guerra declarada en el sector, los fabricantes intentan reinventarse y crear recetas contra las crisis y las marcas blancas.

Son más de más de 300.000 empresas las que integran el sector agroalimentario español, y facturan más de 80.000 millones de euros anuales. De modo que se trata de uno de los principales sectores de la industria manufacturera, cuyo tejido está compuesto por grandes gigantes, que no piensan retirarse de la batalla, y pequeños fabricantes, que tienen más complicada su supervivencia en semejante escenario.

El frente de ésta se ha establecido en los lineales de los supermercados, a pesar de que el sector está fuertemente ligado también al consumo proveniente de la actividad de restaurantes, turismo y exportaciones. Es aquí, según Adecco Alimentación, donde se erige el perfil profesional de los **key accounts** como uno de los principales luchadores. Este puesto comercial se ha convertido en uno de los más requeridos entre las empresas de la alimentación. Su objetivo es conseguir que sus productos sean vendidos en las mejores posiciones dentro de las grandes superficies y para ello, debe negociar con el jefe de compras de la cadena distribuidora. Una negociación que en estos momentos resulta muy dura por el cambio de estrategia comercial, en la que destacan las ofertas, la guerra de precios y las marcas blancas.

Otra de las recetas de los grandes fabricantes son los nuevos productos. Este sector siempre ha destacado por su continua inversión en I+D para aportar un mayor valor a sus productos y promover otros con características saludables. De hecho, desde el año 1981 a 2001, ha incrementado su capital en I+D en un 278,5%, hasta los 23,5 millones de euros. Además, uno de los principales indicadores de I+D, como son los gastos internos de personal, revelan que el sector de la alimentación y bebidas invirtió más de un millón de euros en 2007 en la contratación de investigadores, representando el 2,56% del total de la inversión en este aspecto, del tejido empresarial español.

En esta área, la batalla está dirigida por los **biólogos, microbiólogos y tecnólogos de alimentos**, los cuales están siendo requeridos no sólo por los fabricantes de primeras marcas, sino por los de marcas blancas. Según Miquel Moll, *“cuando aquellas lanzan nuevos productos, en pocos meses la mayoría de las marcas blancas lanzan otros similares. Sin embargo, los que realizan una mayor inversión en innovación y desarrollo son los fabricantes de primeras marcas, por eso esta guerra también podría ocasionar algún daño al sector en este sentido”*.

También se han creado otras recetas en plena guerra del sector, como han sido las fusiones entre importantes colosos de la alimentación, también afectados por la crisis económica internacional. El encarecimiento de las materias primas está afectando a las compañías, lo que ha provocado un cambio de estrategia de los productores, multiplicando las alianzas para ser más competitivos. Así, se han vivido en 2008 adquisiciones que han revolucionado mercados como el del aceite, galletas, cárnico y bebidas, y los últimos movimientos indican que 2009 también será un año de fusiones. Por supuesto, esta otra receta ha requerido de un número puntual pero importante de **analistas de corporate finance** especializados en el sector, que se han encargado de analizar las operaciones de inversión/adquisiciones de empresas, su valoración, realizando el diseño de las operaciones tanto en su estructuración contractual como financiera.

Y como últimos protagonistas de esta guerra se encuentran los **publicistas, diseñadores y responsables de marketing**, que se encargan de captar la atención del consumidor con agresivas campañas publicitarias, envases de lo más innovadores y llamativos y eslóganes que convezan al consumidor, el verdadero protagonista de esta crisis.

Sobre Adecco Alimentación

Adecco Alimentación es la división especializada del Grupo Adecco en la búsqueda, selección, evaluación, formación y puesta a disposición de profesionales del sector Alimentación. Cuenta con un equipo interno de 60 profesionales y 19 oficinas ubicadas en los principales centros de producción alimentaria de España (Cantabria, Sevilla, Málaga, Cuenca, Galicia, Cataluña, Murcia, Alicante, Valencia y Valladolid).

Adecco Alimentación aporta soluciones a las empresas en selección y formación para puestos permanentes y temporales. El dominio de las diferentes técnicas de evaluación y valoración de candidatos, y la utilización de una metodología adaptada al sector y a cada cliente, hacen de la división la única empresa de trabajo temporal especializada en esta actividad.

Adecco es la empresa líder en gestión de Recursos Humanos, sector en el que ofrece un servicio integral a través de sus líneas de negocio especializadas en empleo temporal y selección (Adecco Office y Adecco Industrial), consultoría de selección (Adecco Professional), externalización de servicios (Adecco Outsourcing) y consultoría de formación (Adecco Training) y servicios de recolocación (Create). En España, Adecco cuenta con más de 300 delegaciones y una plantilla interna de más de 1.500 empleados.

Para más información, no dudes en ponerte en contacto con nosotros:

Luis Perdiguero/Marina Gómez
Dpto. de Comunicación Adecco
Tlf: 91 432 56 30
luis.perdiguero@adecco.com
marina.gomez@adecco.com

Laura García/Silvia Enrique
R Comunicación
Tlf: 91 411 58 68
laura.garcia@grupor.es
silvia.enrique@grupor.es