

ECONOMÍA / POLÍTICA

Un total de 1.100 convenios de empresa podrían caducar el próximo domingo

EL FIN DE LA 'ULTRA ACTIVIDAD' AFECTARÁ A 1,9 MILLONES DE EMPLEADOS/ Los trabajadores que no tengan un acuerdo superior al que acogerse podrían perder los complementos adquiridos hasta la fecha.

M.Valverde. Madrid

La reforma laboral generará importantes cambios en la negociación colectiva el próximo domingo, 7 de julio. Ese día, 1.340 convenios y 1.902.929 trabajadores pueden perder todos los derechos complementarios adquiridos durante años de negociación colectiva. Y eso será así si no consiguen pactar con los empresarios la renovación, o la prórroga del convenio. De esos, 1.340 acuerdos, 1.110 –el 66%– son de empresa, y 230 del sector –el 13,7%–. Es decir, en total, el 80% de los 1.682 convenios denunciados ante las administraciones entre 1 de enero de 2006 y el 7 de julio de 2012.

Los trabajadores con peligro de perder sus convenios son 1.902.929, lo que supone el 53,6% de todos los cubiertos por los acuerdos denunciados. De estos, 1.614.500 son trabajadores cubiertos por el sector, y 288.429 están bajo el convenio de empresa, según el último informe elaborado por las patronales CEOE y Cepyme y los sindicatos CCOO y UGT, al que ha tenido acceso EXPANSIÓN.

La ley de la reforma laboral del 7 de julio de 2012 dio un año de tiempo a los negociadores, en empresas y sectores, para alcanzar un acuerdo sobre la renovación o la prórroga del convenio ya caducado. Es decir, limita lo que se conoce técnicamente como la *ultraactividad* de los acuerdos. En caso contrario, los pactos en esa situación perderán su vigencia, definitivamente, y habrán de negociarse de nuevo.

Este hecho ha generado una gran incertidumbre entre las empresas, los trabajadores, los agentes sociales y los despachos laboristas.

Sin paraguas

Esta circunstancia puede afectar a los trabajadores en varios sentidos. En primer lugar, si el convenio de empresa desaparece quedarán cubiertos por el convenio sectorial. Pero, si éste no existe, entonces los trabajadores de la empresa sólo quedarán cubiertos por los derechos básicos del Estatuto de los Trabajadores, pero ya no tendrán las mejoras suplementarias reguladas



Los presidentes de Cepyme, Jesús Terciado, y de CEOE, Juan Rosell, con los líderes de CCOO, I. Fernández Toxo, y de UGT, Cándido Méndez.

EL PULSO DE LA NEGOCIACIÓN

> Aumento salarial pactado en convenios

Incremento anual medio, en porcentaje.

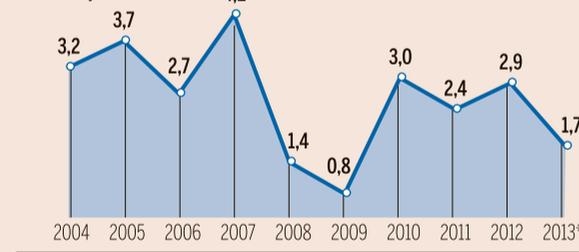
— Empresa — Sectorial



> Inflación

Variación, en porcentaje.

*Hasta mayo.



Fuente: INE

Expansión

durante años en la negociación colectiva. Lo mismo ocurrirá con los trabajadores de un convenio provincial que no tengan uno sectorial autonómico o nacional. Es decir, desaparecen los complementos salariales que pueda recibir el trabajador por puesto, jornada, nocturnidad e incluso el nivel de salario mínimo del convenio, si este fuese superior al establecido por el

Gobierno en los Presupuestos Generales del Estado: 640 euros mensuales. También pueden desaparecer mejoras sociales, como los planes de pensiones, guarderías o la ayuda establecida para gafas, gasolina, ropa u otros medios que necesita el empleado para hacer su trabajo.

Claro que este hecho plantea otro problema a las empresas y los trabajadores, por-

Toxo advierte de que los juzgados de lo Social pueden colapsarse ante las reclamaciones

El fin de la prórroga indefinida de los convenios puede cambiar la tributación fiscal

En los convenios sin acuerdo pueden desaparecer claves salariales y beneficios sociales

que entonces pueden cambiar la tributación fiscal y las aportaciones a la Seguridad Social. Por todas estas razones, la patronal y los sindicatos firmaron el pasado 21 de mayo un acuerdo llamando a sus respectivos representantes para que cierren los acuerdos pendientes, antes de que los sectores y empresas afectados puedan encontrarse con un vacío legal cuando no hubiese un convenio de ámbito superior al que acogerse. “Ante el número de convenios que aún se encuentran pendientes”, CEOE, Cepyme, UGT y CCOO “hacen un nuevo lla-

mamiento para que se intensifiquen y agilicen los procesos negociadores”, incluso recurriendo a la mediación y arbitraje si es posible.

Así, el secretario general de CCOO, Ignacio Fernández Toxo, dijo ayer que, a partir del próximo día 7, y en lo sucesivo, cuando expiren los convenios colectivos que están atascados sin acuerdo “los juzgados de lo social se colapsarán ante las reclamaciones individuales que presentarán los empleados por pérdida de derechos”.

Prórroga

En estas circunstancias, han sido prorrogados por un año o más, o renovados, 245 convenios privados, que cubren las condiciones laborales de 1.603.405 trabajadores, el 47% de quienes estaban en una situación de incertidumbre con la entrada en vigor de la reforma laboral. Entre otras razones, “porque muchas empresas prefieren no hacer cambios en el convenio y prorrogarlo durante un año o más, teniendo en cuenta la gravedad de la recesión económica”. Tan sólo cambian el capítulo salarial, pero dejan intacto el resto del convenio, informan las fuentes empresariales consultadas por EXPANSIÓN.

Editorial / Página 2

La Marca España se fija en Alemania como principal objetivo

P.Cerezal. Madrid

Alemania es el principal objetivo de la Marca España. El Gobierno quiere mejorar su imagen de cara al primer país de la Unión Europea, al que España destina el 10% de sus exportaciones, para sentar las bases de la recuperación económica, según el Plan de Acción Exterior de la Marca España 2013, que fue aprobado en el Consejo de Ministros del viernes.

El texto se fija la locomotora europea como “primera prioridad urgente” y como “principal a medio plazo”. El texto, que se presentará esta semana y al que tuvo acceso *Servimedia*, parte de que “en la presente coyuntura de crisis, los términos económicos deben primar en el planteamiento de la Marca”.

Según el documento, “será la recuperación económica la que permita mejorar la imagen de Marca España e incrementar las exportaciones y la atracción de inversión extranjera”. El Plan de Acción 2013 concuerda con el enfoque que ha repetido en varias ocasiones el alto comisario para la Marca España, Carlos Espinosa de los Monteros.

Deterioro

El texto muestra la preocupación del Ejecutivo porque “la imagen de España en Alemania ha sufrido recientemente un cierto deterioro”. No en vano, las exportaciones a Alemania han caído en varios meses de este año, mientras que son los mercados emergentes los que tiran del carro de forma continuada.

Ante esta constatación, el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación está tratando de impulsar una red de *Amigos de España* compuesta por españoles bien situados en Alemania y alemanes de prestigio que mantengan vínculos con España.

Esta red personal servirá para mejorar la imagen española en Alemania, “divulgando sus bondades y reaccionando ante cualquier eventualidad que pueda perjudicarla”. Además, se plantean otras acciones, como el seguimiento de líderes de opinión y la promoción turística y cultural. El Ministerio también se ha fijado en Reino Unido y Estados Unidos como principales objetivos.