

Roj: **STS 2773/2014** - ECLI: **ES:TS:2014:2773**Id Cendoj: **28079140012014100288**Órgano: **Tribunal Supremo. Sala de lo Social**Sede: **Madrid**Sección: **1**Fecha: **04/02/2014**Nº de Recurso: **677/2013**

Nº de Resolución:

Procedimiento: **SOCIAL**Ponente: **ROSA MARIA VIROLES PIÑOL**Tipo de Resolución: **Sentencia**Resoluciones del caso: **STSJ MU 1703/2012,**
STS 2773/2014

SENTENCIA

En la Villa de Madrid, a cuatro de Febrero de dos mil catorce.

Vistos los autos pendientes ante esta Sala en virtud de recurso de casación para la unificación de doctrina interpuesto por el Letrado D. Víctor Mateo Beltri, en nombre y representación de D. Urbano , contra la sentencia de la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Murcia, de fecha 18 de junio de 2012, recaída en el recurso de suplicación nº 430/11 , que resolvió el formulado contra la sentencia del Juzgado de lo Social nº 6 de Murcia, dictada el 30 de julio de 2010 , en los autos de juicio nº 477/10, iniciados en virtud de demanda presentada por D. Urbano contra las empresas Panrico SLU, La Bella Easo SAU y Galletas Artiach SLU, sobre **Despido**.

Ha comparecido en concepto de recurrido PANRICO, S.A.U. representado por el Letrado D. Cristóbal García López.

Es Ponente la Excm. Sra. D^a. Rosa María Viroles Piñol, Magistrada de Sala.

ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO.- Con fecha 30 de julio de 2010, el Juzgado de lo Social nº 6 de Murcia, dictó sentencia en la que consta la siguiente parte dispositiva: "Que desestimando la demanda interpuesta por Urbano , frente a las empresas PANRICO S.L.U. y LA BELLA EASO S.A.U. por estimación de la excepción y GALLETAS ARTIACH S.L.U.; debo declarar y declaro que el cese de que ha sido objeto el actor por la empresa GALLETAS ARTIACH S.L.U. con fecha de efectos el 3-03-2010 es constitutivo de **despido** objeto procedente, con derecho del trabajador a percibir de la citada mercantil, la indemnización prevista, consolidándola de haberla recibido así como al pago del preaviso a cuyo abono condeno a la empresa demandada GALLETAS ARTIACH S.L.U., que podrá descontar la que ya haya abonado al demandante por estos conceptos y se entenderá al actor en situación de desempleo por causa a él no imputable."

SEGUNDO.- Que en la citada sentencia y como HECHOS PROBADOS se declaran los siguientes: "PRIMERO: El actor venía prestando sus servicios por cuenta y orden de la empresa codemandada GALLETAS ÁRTICA S.L.U., desde el día 1 de agosto de 1988 con la categoría profesional de Promotor de Ventas denominado KAR (Key Account Regional) y con un promedio de salario mensual de 4.033,05€ y diario a efectos del **despido** de 134,43€; SEGUNDO: La empresa PANRICO, S.L.U., adquirió el 100% de las acciones, esto es los activos relativos al negocio de galletas Artiach al grupo KRAFT, constituyendo por escritura pública de 25 de julio de 2008, la sociedad GALLETAS ARTIACH, S.L, siendo nombrada PANRICO administradora única de la nueva sociedad, que vio ampliado su capital social por escritura pública de fecha 3 de noviembre de 2008, mediante aportación no dineraria de PANRICO, S.L.U., consistente en la totalidad de derechos, obligaciones, activos y pasivos



que conformaban la rama de actividad del negocio de galletas ÁRTICA; TERCERO: En septiembre de 2009, IBERIAN FOODS, S.a.r.L, propietaria de PANRICO, S.L.U., adquirió la totalidad del capital social de PRODUCTOS ALIMENTICIOS LA BELLA EASO, S.A, teniendo a 31/12/2009, la totalidad de las acciones; CUARTO: Como resultado de esas operaciones se produjo la integración de esas sociedades bajo una misma dirección empresarial, si bien las tres empresas conservaban sus respectivas redes comerciales, gestionando cada una de ellas sus respectivas marcas de forma separada. Así el día 28 de octubre de 2008, se le comunico al actor, carta con el siguiente contenido:

A/A. D/Dña Urbano Valencia

En Barcelona, a 28 de Octubre de 2008

Muy Sr./Sra. Nuestro/a: A los efectos previstos en el artículo 44 del Estatuto de los Trabajadores , por medio de la presente ponemos en su conocimiento que el próximo día 1 de noviembre de 2008 habrá finalizado definitivamente el proceso de transmisión de todos los activos de PANRICO, S.L.U. correspondientes a su negocio de fabricación y venta de galletas marca ARTIACH, tanto materiales como inmateriales, a la mercantil de nueva constitución GALLETAS ARTIACH, S.L.U. Esta operación constituye en el ámbito laboral un supuesto de sucesión de empresa conforme a lo previsto en el citado artículo 44 del Estatuto de los Trabajadores , por lo que a partir de la citada fecha, GALLETAS ARTIACH, S.L.U. se subrogará en la posición de PANRICO, S.L.U. en los contratos de trabajo de todos los empleados que resulten afectados por la transmisión de la actividad referida. En este sentido, llegada la fecha prevista, Ud. causará baja en PANRICO, S.L.U. y sucesiva y automática alta en GALLETAS ARTIACH, S.L.U., entidad que se situará como su nueva empleadora, subrogándose desde ese momento en todos los derechos (salario, antigüedad, etc.) y obligaciones laborales y de Seguridad Social que tiene Ud. actualmente como empleado de PANRICO, S.L.U. Agradeciéndole de antemano su colaboración, le rogamos firme copia de la presente a los meros efectos de su recepción.

Fdo.: LA DIRECCIÓN Recibí: Urbano EL/LA TRABAJADOR/A.

QUINTO: Estas estructuras comerciales de cada una estaban integradas a diciembre de 2009 por los llamados Key Account Manager (KAM), que gestionaban las cuentas de ámbito nacional; los Key Account Regional (KAR), que gestionaban cuentas de ese ámbito, distribuyéndose por zonas geográficas (el territorio peninsular y las Islas Baleares), y el Gestor Punto de Venta (GPV), que realizaba rutas para la gestión comercial de clientes con menor volumen, teniendo la empresa PANRICO, 6 KAR para ocho zonas, LA BELLA EASO, 5 KAR para cinco zonas y ARTIACH, 13 KAR y 3 jefes regionales para trece zonas, siendo común además del territorio, en un alto porcentaje el comprador o cliente en las principales cuentas regionales, en todas las categorías de pan, bollería y galletas de los clientes, así como. De igual modo las funciones que desarrollaban los KAR en cada una de las estructuras comerciales eran sustancialmente idénticas, comprendiendo actividades comerciales (planes de cuenta, definición de calendario promocional, gestión de incidencias) y visitas a clientes (negociación de plantilla, cambios de tarifas, acciones promocionales) . Según los datos de cuota de mercado del Canal CLS para los tres últimos años, se ha producido una pérdida progresiva de cuota de mercado de los productos de LA BELLA EASO, ÁRTICA Y PANRICO, un progresivo avance de la marca blanca o MDD (Marca de distribución) lo que supuso una reducción del importe de la cifra de negocio del -2,1% en 09 respecto de 08; una reducción del 9,5% de la cifra de ventas netas; una reducción de mas de 1 10% de las ventas netas regionales (09/08). Las tres redes comerciales con estructuras y elementos duplicados resultaban injustificados y perjudiciales para su posición competitiva en relación con la situación del mercado; SEXTO: El día 3 de marzo de 2010, el actor se desplazó a Madrid donde le fue entregada carta de **despido** por causas organizativas y productivas, que rehusó constando firmada todas su hojas con la leyenda no conforme, con el siguiente contenido:

Madrid, a 3 de marzo de 2010

D. Urbano

Key Account Regional de LEVANTE

GALLETAS ARTIACH, S.L.U.

Muy Sr. Nuestro: Mediante la presente le comunicamos la decisión de esta empresa de proceder a la extinción de su contrato de trabajo por causas objetivas, al amparo de lo previsto en el artículo 52.c) del Texto Refundido del Estatuto de los Trabajadores . Esta decisión tiene su justificación en la necesidad de amortizar su puesto de trabajo al haber quedado éste sin contenido efectivo por causas organizativas y productivas. En concreto, la amortización de su puesto viene motivada por las circunstancias que se exponen a continuación.

a) Antecedentes relevantes en relación con la fusión o integración de las redes comerciales de ARTIACH, LA BELLA EASO y PANRICO. Previamente al análisis de las causas justificativas de la amortización que se le comunica mediante la presente, conviene hacer referencia a la vinculación de las sociedades PANRICO, S.L.U.



(en delante, PANRICO), LA BELLA EASO, S.A.U. (en adelante, LBE) y GALLETAS ARTIACH, S.L.U. (en adelante, ARTIACH) y que han conllevado la integración de las mismas en una única organización empresarial. En este sentido, la vinculación de dichas sociedades, dedicadas a la fabricación y comercialización de pan, bollería y galletas, es fruto de una serie de operaciones societarias y estratégicas llevadas a cabo con el objetivo de afrontar el mercado, desde un punto de vista comercial, de una forma homogénea y única. Concretamente, las operaciones llevadas a cabo, desde la organización de PANRICO, han sido las siguientes:

ARTIACH y PANRICO.- En fecha 30 de junio de 2008, PANRICO, S.L.U. adquirió el negocio de galletas Artiach al grupo KRAFT, adquisición que incluyó su división comercial y las marcas más emblemáticas de la Empresa. Posteriormente, en julio de 2008, PANRICO constituyó GALLETAS ARTIACH, S.L.U., de la que es propietaria en la actualidad en un 100%, aportando la rama de negocio de ARTIACH.

LBE y PANRICO.- En fecha 30 de septiembre de 2009, la totalidad del capital social de PRODUCTOS ALIMENTICIOS LA BELLA EASO, S.A., con todos sus activos, incluyendo los comerciales, fue adquirida por IBERIAN FOODS, SARL, sociedad que, a través de distintas entidades, es la propietaria del capital social de PANRICO, S.L.U.

Por tanto, a través de las recientes operaciones societarias descritas, los negocios de LBE, ARTIACH y PANRICO se han integrado en la misma organización empresarial. Como parte de un proceso de integración progresivo de los tres negocios, se han venido suscribiendo distintos acuerdos de colaboración entre las sociedades, de forma que en la actualidad PANRICO presta servicios de dirección financiera, compras o administración a LBE y ARTIACH. Dichos acuerdo incluyen, asimismo, servicios comunes en el ámbito comercial, como paso previo a la integración comercial definitiva. Este progresivo proceso de fusión de las tres redes comerciales ha culminado en la actual mediante la fusión e integración absoluta y total en una única estructura que comercializará de forma centralizada los distintos productos de LBE, ARTIACH y PANRICO, todo ello con el objetivo último de (i) eliminar las duplicidades, comerciales actuales y (ii) abordar el mercado de una forma más eficiente y que sirva para mejorar la posición competitiva de los productos de las distintas marcas. En este sentido, la integración definitiva no se ha producido previamente ya que (i) hasta finales del año pasado no se ha integrado LBE en la organización PANRICO y (ii) en diciembre de 2008 se estaba negociando la posible integración de CUETARA, como parte de la división de galletas, en la organización empresarial (finalmente adquirida por NUTREXPA, a principios de 2009). Una vez integrada LBE en la organización, se ha decidido por la organización empresarial la referida fusión de redes comerciales.

b) Contexto de la integración de las redes comerciales de ARTIACH, LBE y PANRICO: situación del mercado y evolución de los tres negocios de forma independiente. La evolución del mercado en los tres últimos años refleja una progresiva pérdida de cuota de los productos de cada organización, teniendo en cuenta que los negocios de las mismas funcionaban de forma independiente en el mercado: (se da por reproducido).

Todo ello pone de manifiesto una progresiva pérdida de posición competitiva de los productos referidos, conjuntamente con un mayor avance de la Marca Blanca o de distribución (MDD), dadas las mejores condiciones que éstas pueden ofrecer a sus clientes, al contar con una estructura de costes más competitiva. Esta situación resulta más preocupante en la medida en que, a pesar de que las ventas totales en el mercado están creciendo, las marcas LBE-ARTIACH-PANRICO no están viendo reflejado este incremento en sus ventas, sino que por el contrario, como se verá a continuación, se está reduciendo el importe del negocio. A continuación se recogen los datos de la evolución de los tres últimos años de cada negocio: - Importe neto de la cifra de negocio 2007-2009.- El aumento registrado de 2007 a 2008 en PANRICO responde a la incorporación de los resultados de ARTIACH:

Datos en M€

IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIO (SEGUN CUENTAS ANUALES)

PANRICO

LA BELLA EASO

ARTIACH

2007 2008 2009 08/07 09/08

487,9 525,8 431,3 7,8% -18,0%

71,2 57,6 44,2 -19,2% -23,3%

559 583 571 4,3% -2,1% 2



- **Importe de ventas netas 2007-2008** (una vez deducidos importes de descuentos comerciales).- Aquí se observa igualmente una disminución para el periodo del 9,5%. No obstante, es necesario tener en cuenta que el año 2008, para ARTIACH, no es representativo, en la medida en que concurrieron en el referido ejercicio circunstancias extraordinarias que motivaron una importante disminución de la cifra de ventas (proceso de venta, incertidumbre sobre el comprador y el objeto de la operación. . .). Por ello, para un análisis razonable de la evolución de ARTIACH, debe compararse el ejercicio 2009 con el 2007, donde se refleja una caída de ventas netas.

Datos en M€

VENTAS NETAS

PANRICO

LA BELLA EASO

ARTIACH

2007 2008 2009 08/07 09/08

457,5 453,7 401,0 -0,8% -11,6%

52,3 46,1 32,1 -11,8% -30,3%

69,8 49,7 63,9 -28,8% 28,6%

579,6 549,5 497,1 -5,2% -9,5%

- **Importe del EBITDA 2007-2009** (resultados deduciendo intereses, amortizaciones, depreciaciones e impuestos).- Este dato, que refleja el resultado de explotación sin otros importes adicionales como amortizaciones o impuestos, pone de manifiesto una progresiva disminución en cada uno de los años. Fuente: Datos recogidos en las cuentas anuales. Los datos para el 2009 son de las cuentas provisionales. Datos de la contabilidad interna. En la actualidad, la comercialización de productos ARTIACH, LBE y PANRICO se lleva a cabo con estructuras comerciales independientes que, de forma duplicada en cada una de ellas, se dividen entre: Clientes nacionales y regionales: - Responsables comerciales nacionales o Key Account Managers, dedicados principalmente a gestionar cuentas nacionales. - Responsables comerciales regionales o Key Account Regional -KAR-, puesto ocupado por Ud. y cuya responsabilidad se centra en cuentas regionales. Existe un determinado número de KAR en cada organización, en función de las distintas zonas geográficas que tienen asignadas. Red de distribución y comercialización para el resto de clientes, mediante Promotores y Gestores de Venta. A este respecto, dado el puesto que Ud. ocupa, únicamente se hará referencia al puesto de KAR y cómo les afecta el proceso de integración comercial. El número de KAR y zonas geográficas en la que se divide el territorio en cada organización son los siguientes: Si bien las funciones del puesto de KAR en cada organización coinciden en las tareas estrictamente comerciales y de visitas a clientes, surgen diferencias en las de LBE y ARTIACH, ya que algunas de las funciones que se realizan en la actualidad no se refieren a tareas exclusivamente comerciales:

FUNCIONES KAR

PANRICO LBE ARTIACH

Funciones comerciales y visitas a clientes. Funciones comerciales y visitas a clientes. Funciones comerciales y visitas a clientes.

Gestión de distribuidores (3 para España)

Gestión de Puntos de Venta Gestión de vendedores.

Conviene tener en cuenta que la gran mayoría de los clientes que son gestionados comercialmente por los KAR en cada organización coinciden. Esta coincidencia de entes se refleja en el siguientes cuadro: (que se da por reproducido).

Así según los datos expuestos, en volumen de facturación, entre un 81% y un 98% del importe de ventas realizadas en cada organización lo es en clientes comunes a las tres redes comerciales. Ello se traduce en que los distintos KAR de LBE, ARTIACH y PANRICO llevan a cabo sus procesos de negociación comercial, de forma independiente, con los mismos interlocutores o clientes, generando con ello una serie de distorsiones y duplicidades que se recogen más adelante, como son situaciones de auto-competencia a pesar de pertenecer a la misma organización empresarial, duplicidad en esfuerzos comerciales, etc. **c.2) Motivos de la integración**

**o fusión de redes comerciales: medida para paliar la pérdida de cuota de mercado y disminución de ventas.**

En un contexto de mercado complicado y difícil, según ha sido descrito con anterioridad, los negocios de LBE, ARTIACH y PANRICO han ido perdiendo posición competitiva progresivamente, tal y como refleja la pérdida de la cuota de mercado de los productos de dichas empresas, a lo que se suma una disminución de ventas. Por ello, la organización empresarial a que pertenecen los referidos negocios ha decidido integrar o fusionar las tres redes comerciales, de forma que las mismas atiendan de una forma única y homogénea al mercado, con una misma estructura comercial. Ello supone la necesidad de reorganizar sus recursos, a través de la fusión de las redes comerciales. Concretamente, las dificultades que se pretenden superar y las ventajas competitivas que dicha integración genera son las siguientes: - **Imposición de duras condiciones comerciales por grandes superficies y centrales de compra.**- Una de las principales dificultades con las que se encuentran, por separado, las estructuras comerciales de LBE, ARTIACH y PANRICO es la imposición de duras condiciones comerciales por parte de las grandes superficies y las centrales de compra (descuentos comerciales, por volumen...), situación que en el caso de las tres estructuras se agrava en la medida en que cada una de ellas inicia procesos de negociación independientes y separados con los grandes operadores, segmentándose así la presión que conjuntamente podrían imponer. Esta presión es especialmente elevada en los casos de LBE y ARTIACH, al ser las dos entidades con un menor volumen y, por tanto, menor capacidad de respuesta a dicha presión comercial. La integración de las redes comerciales implicaría llevar a cabo un único proceso de interlocución y negociación con los clientes regionales, de forma que la capacidad de presión sobre los mismos - para reducir las condiciones comerciales impuestas- aumentaría, al ser un proveedor único para una importante cantidad de productos. Por lo tanto, un único interlocutor para comercializar todos los productos de LBE, ARTIACH y PANRICO negocia con un único interlocutor de gran superficie o central de compras. - **Mayores posibilidades de distribución de los productos.**- La fórmula integrada de comercialización de productos LBE, ARTIACH y PANRICO permite contar con más de 90 referencias en productos de bollería, pan y galletas, de forma que la oferta que realiza una única estructura comercial resulta más eficaz comercialmente al ofrecer de forma integral gran diversidad de productos (33 referencias de productos de ARTIACH, 14 de LBE y 44 de PANRICO). La gran mayoría de las cuentas o clientes regionales de las tres organizaciones tienen el mismo interlocutor o comprador para las tres categorías de producto gestionadas (pan, bollería y galletas), por lo que la comercialización conjunta de (i) productos de mayor relevancia y (ii) marcas más pequeñas, permite alcanzar un mayor número de productos con éxito, ya que las marcas pequeñas se benefician al poder negociarse con el respaldo de marcas más fuertes. - **Mayor cobertura geográfica y para clientes.**- Asimismo, la fusión de las distintas redes comerciales proporciona una amplia cobertura geográfica que cada una de las estructuras de LBE, ARTIACH y PANRICO, por sí mismas y aisladamente no poseen. A título ilustrativo, puede mencionarse que PANRICO no cuenta en la actualidad con cobertura de KAR para dos zonas, Noroeste y Levante, de forma que la integración con las otras dos redes facilitará la penetración de sus productos en dichas zonas. Igualmente, si bien la gran mayoría de los clientes de las tres redes son comunes, la integración permite el acceso de los productos de cada estructura a empresas que no son clientes en la actualidad, al ser un único interlocutor de la red integrada el que representa la totalidad de productos; así, PANRICO tiene 68 clientes no comunes con las otras dos redes, LBE un total de 11 no comunes y ARTIACH un total de 173 clientes no comunes. - **Alcanzar umbrales de rentabilidad en clientes.**- La integración permite obtener rentabilidad en aquellos clientes que, siendo comunes en las tres organizaciones, no eran rentables independientemente en cada una de ellas, al incrementar el volumen de facturación mediante la suma de ventas. Ello aumenta, además, la posibilidad de incorporar nuevos productos a estos clientes, al contar con una mejor posición como proveedor de los mismos. En este sentido, cabe citar a título de ejemplo que existen clientes, considerados como regionales, en los que no se consigue una facturación anual superior a los 300 euros. - **Un mayor impacto de acciones comerciales con clientes,** ya que la sinergia que se genera unificando las tres redes facilita una mayor beneficio directo de cada acción comercial, que afecta a todos los productos. Así, la integración permitiría mejores condiciones de comercialización de los productos LBE-PANRICO- ARTIACH con los clientes regionales: mayor espacio de exposición, mejor ubicación, mayor posibilidad de acceso a promociones, mayor fuerza para la introducción de nuevas referencias, etc. - **Modelo competitivo.**- Es necesario destacar que la actual estructura de comercialización separada y aislada entre sí sitúa a la organización en una peor situación competitiva, ya que los competidores de la Compañía han integrado de forma homogénea y única sus redes de distribución y comercialización, como es el caso de Nestlé o Unilever para todos sus productos. A mayor abundamiento, otras empresas del sector ya han procedido a la fusión de las distintas redes comerciales, como Coca-Cola, Pascual, Gallina Blanca o Asturiana. - **Evitar autocompetencia de productos de la misma organización.**- Muchos de los productos de LBE, ARTIACH y PANRICO puede llegar a ser concurrentes, generándose cierta autocompetencia entre los mismos a pesar de pertenecer a la misma organización; en este sentido, algunos productos tienen una concurrencia directa, como es el caso del Pan de molde de hornada casera de LBE y el pan de molde de PANRICO, magdalenas, mañanitos y doo wap..., si bien cabe predicar una concurrencia o competencia general de productos, en la medida en que la mayoría de ellos satisfacen necesidades comunes, como es el caso del desayuno o de la merienda (al ser productos sustitutivos entre sí). Así, podría darse la incongruencia de



que distintos interlocutores - hasta tres incluso- negociaran la venta de sus productos frente al mismo cliente, compitiendo entre sí y fijando unas condiciones menos ventajosas para obtener dicha venta (negociando por los mismos expositores de desayuno o merienda, etc) . La integración evita este tipo de situaciones, ya que es un único interlocutor -en este caso, los denominados KAR- el que negocia con el cliente la comercialización de la totalidad de productos LBE, ARTIACH y PANRICO. - **Racionalización de costes.**- Sí bien éste se configura como un objetivo secundario o añadido, con la integración se reducen costes y producen ahorros, en un entorno cada vez más competitivo (especialmente, por la agresividad de las Marcas Blancas o de Distribución) . Dichos ahorros vienen determinados por la reducción de tiempos en las gestiones, de los desplazamientos, en la preparación de las reuniones, elaboración de estudios de mercado, utilización de único sistema informático, con la reducción de costes de administración. . . . Ello puede permitir realizar ofertas más competitivas, desde el punto de vista económico, a los clientes, mejorando así nuestra capacidad de reacción frente a la agresividad de políticas de costes de las marcas blancas. **c.3) Duplicidades e ineficiencias que surgen tras la integración o fusión en una única estructura comercial y modelo de Red Comercial tras la misma. Reducción del número de KAR resultante tras la fusión.** Según lo expuesto, la integración o fusión de redes se configura como una medida necesaria para afrontar las necesidades del mercado y para afrontar de manera competitiva el futuro comercial de los productos de la organización empresarial. Así, como consecuencia de dicha integración, surge un excedente de puestos de KAR, dada la coincidencia de sus funciones comerciales, de visita y negociación con los mismos clientes, dado que entre un 81% y un 98% de la facturación de cada red se realiza por ventas a clientes comunes de las tres redes. La medida de reducción de KAR para ajustar el número a los necesarios en la nueva y única estructura comercial viene fundamentada, principalmente, en las **duplicidades en relación con los interlocutores o compradores de los clientes regionales y en relación con las zonas gestionadas.** Al partir de estructuras independientes que cuentan con un total de 27 KAR (6, 5 y 16 KAR en PANRICO, LBE y ARTIACH respectivamente) para el mismo territorio nacional y para los mismos clientes, se exige una reorganización de dichos puestos, mediante una redistribución geográfica y una reducción del número de KAR. Así, la nueva estructura comercial para LBE-ARTIACH-PANRICO será la siguiente: o 11 KAR o 11 zonas geográficas, que serían las siguientes: 1) Andalucía 1 (Córdoba, Almería y Jaén), 2) Andalucía 2 (Sevilla, Málaga y Cádiz), 3) Grandes cuentas de Andalucía, 4) Galicia-Cantabria, 5) Castilla y León-Asturias, 6) Madrid 1, 7) Madrid 2-Castilla La Mancha, 8) País Vasco-Aragón-Lérida, 9) Cataluña 1, 10) Cataluña 2-Baleares y 11) Valencia-Alicante-Murcia, lo que implica una reducción de 16 puestos de KAR (incluyendo los 3 Jefes Regionales de ARTIACH), de forma que se proceda a la extinción de los contratos de trabajo de los empleados que no puedan ser recolocados en la estructura resultante. Los criterios de determinación del número de KAR necesarios en la nueva estructura han sido los siguientes: - **Número de clientes por KAR.**- Según se ha indicado, la fusión de las redes comerciales no supone una suma aritmética de clientes de cada organización, de forma que los KAR no van a ver incrementado sensiblemente el número de clientes a gestionar, sino que la reorganización se traducirá en un aumento del portfolio de productos a comercializar con dichos clientes regionales. - **Cartera de negocio mínima.**- Se ha determinado un volumen mínimo de facturación razonable, en términos de optimización organizativa y económica, por cada KAR. Asimismo, se ha establecido un ratio de facturación mínimo por cliente (75.0006), para que pueda ser considerado como cliente regional a supervisar por un KAR. El establecimiento de dicho importe mínimo implicará que varios clientes considerados previamente como regionales en cada organización, pasen a ser gestionados por la red de distribución PANRICO. No obstante, en ocasiones, y por razones de posible y potencial desarrollo de clientes, aunque la facturación esté por debajo de dicho ratio, dicho cliente se considerará como cliente regional bajo la competencia de los KAR. - **Dispersión geográfica de clientes.**- Supone determinar el número de KAR en función de los concretos ámbitos geográficos, teniendo en cuenta la ubicación de los clientes y los desplazamientos que el KAR tiene que realizar con ocasión de las visitas a los mismos. En la medida en que la coincidencia de las tres redes se producía no solo con respecto a clientes, sino también con respecto a zonas, el número de KAR debe verse reducido, ya que un solo KAR por zona debe gestionar la cartera de clientes regionales de dicha zona. - **Reorganización de funciones.**- Asimismo, por último, cabe destacar que igualmente se ha procedido a revisar el ámbito competencial de los KAR, de forma que se han suprimido aquellas tareas que se consideran como no estratégicas por no tener un contenido comercial fundamental para el negocio. Así, se elimina de las funciones de los KAR la gestión de los distribuidores o fuerza de ventas, así como la supervisión de los Gestores de Puntos de Venta (GPV), que tendrán su responsable especializado. Ello tiene una incidencia directa en el número de KAR necesarios, al reducirse los tiempos de gestión que previamente empleaban. En este sentido, para determinar el nuevo perfil de los KAR se ha partido del contenido del puesto actualmente existente en PANRICO, al tener dicha organización una oferta de productos más compleja, por ser estos más perecederos y requerir una mayor rotación y relación continua con el cliente. Ello motiva que el perfil del nuevo KAR se adapte al existente en PANRICO, en la medida en que gestiona multitud de incidencias comerciales, un gran número de visitas, etc, debido a las necesidades de permanente suministro a los clientes. **c.4) Consecuencias de la implantación del nuevo modelo en su puesto de trabajo como KAR de LEVANTE** Concretamente, en lo que se refiere a su puesto de trabajo, conviene partir de la cartera de clientes que Ud. gestionaba (los datos



del presente apartado se refieren al ejercicio 2009): CONACO; Raúl ; COOP. DETALLISTA ALIM. DE; SENABRE HNOS., S.L.; ALICAMBA.....; GRUPO UPPER, SDAD. COOP.; Jose Daniel ; SUCESTORES PEDRO SORIANO; BUFORN; Pablo ; BIBIANO HERMANOS; CASH EUROPA; CASH LEVANTE; DISMERCOS.A; DISTRIBUCIONES 76 CAMPOLL; MUSGRAVE ESPAÑA, S.Á.U.; MURCIA Rafael ; HIPERBER-DISTTY LOG. S.; JOSÉ ESPINOSA POMARES S.A.; VIDAL EUROPA S.A.; HERMANOS JIMÉNEZ CAYUELA, ACEITES OLIMPO S.A.; Doroteo ; COMERCIAL CARAVACA S.L.; ALGOBUENÓ, S.L. Aplicando los criterios descritos en el anterior apartado a su puesto de trabajo, se desprende lo siguiente: **1. Coincidencia de clientes.**- Su cartera de clientes coincide, en su totalidad, con los clientes gestionados por los KAR de PANRICO y de LBE, no teniendo por tanto en su cartera ningún cliente que previamente no tuviesen como clientes ambas redes, PANRICO y LBE; **2. Cartera de negocio mínima.**- El establecimiento del ratio mínimo razonable por cliente para ser considerado regional determina que varios de sus clientes deban pasar a ser gestionados por la red de distribución de PANRICO. En concreto, los clientes que previamente Ud. supervisaba y que pasarán a ser llevados por la Red son los siguientes (11 clientes de un total de 24): Raúl ; SENABRE HNOS., S.L.; GRUPO UPPER, SDAD. COOP.; Pablo ; Rafael ; VIDAL EUROPA S.A.; HERMANOS JIMÉNEZ CAYUELA, ACEITES OLIMPO S.A.; Doroteo ; COMERCIAL CARAVACA S.L.; ÁLGOBUENÓ, S.L. **3. Dispersión geográfica de clientes.**- Como Ud. conoce, la zona geográfica bajo su responsabilidad era la de Levante, de forma que su cartera de clientes continuaría siendo gestionada, en atención a la referida coincidencia por el KAR de Valencia- Alicante-Murcia. Por lo tanto, la fusión de las tres redes comerciales implica la reorganización, y redimensionamiento del número de KAR a las necesidades de la nueva organización empresarial, quedando en concreto su puesto vacío de contenido dado que (i) sus clientes ya eran en su mayoría gestionados por los KAR de las otras redes, lo que provoca una duplicidad en sus tareas, (ii) su ámbito geográfico estaba previamente gestionado por las otras redes, surgiendo igualmente una duplicidad e ineficiencia que requiere ser eliminada, todo lo cual determina que su puesto queda vacío de contenido, ya que la única estructura comercial resultante exige la gestión por un único KAR en lugar de uno por cada organización empresarial. Todo ello en la medida en que a partir de la integración existirá un solo interlocutor o responsable comercial por la organización LEB-PANRICO-ARTIACH con los clientes regionales. Por lo tanto, las circunstancias descritas constituyen causas de carácter objetivo suficientes para proceder a la extinción de su contrato de trabajo en los términos legalmente previstos. Simultáneamente a la entrega de esta comunicación escrita, ponemos a su disposición la indemnización legal correspondiente. Esta indemnización asciende a 52.776 euros. La citada cantidad se le ofrece en este acto, poniéndola a su disposición mediante el siguiente cheque: LA CAIXA NUM000 SERIE NUM001 CÓDIGO NUM002 . La extinción del contrato se producirá con efectos del día de la fecha, por lo que, igualmente, se le ofrecen los salarios correspondientes al período de preaviso, así como la liquidación de saldo y haberes calculada a la fecha de extinción de su relación laboral. Puede Ud. disponer de dicho importe en las oficinas de esta Compañía o, si lo desea, solicitar una transferencia a su cuenta bancaria. Por otra parte, mediante la presente le solicitamos que proceda a reintegrar a esta Empresa, en el plazo de 48 horas, los medios empresariales puestos a su disposición y que pasamos a relacionar: - Vehículo de empresa - Teléfono de empresa - Tarjeta para abonar el consumo de combustible; ordenador portátil. Asimismo, le solicitamos que, en el mismo plazo indicado, devuelva a esta Compañía la totalidad de documentos e información comercial o de cualquier otro tipo relativa al negocio de la misma.

Victor Manuel - Director General El trabajador

SEPTIMO: Junto a la carta de **despido**, en la citada fecha el 3/03/2010, se puso a disposición del actor en concepto de indemnización la cantidad de 52.776€ mediante entrega del cheque CCC NUM003 , siendo rehusado en ese momento por el actor; OCTAVO: En la misma fecha, por igual motivo y comunicación GALLETAS ÁRTIACH, con una plantilla de 276 trabajadores, despidió a tres trabajadores que ocupaban un puesto similar al del actor. La misma comunicación se utilizó por LA BELLA EASO, en el **despido** de Cirilo , Gestor de Puntos de Venta (promotor); NOVENO: El fecha 1 de abril de 2010, ÁRTIACH, LA BELLA EASO y PANRICO, suscribieron contrato de servicios de colaboración por el que se crea un equipo común de KAR; DECIMO: Por resolución de fecha 2/02/2010, el Director del Servicio Provincial de Economía, Hacienda y Empleo de la Región del Gobierno de Aragón se acordó autorizar en el Expediente de Regulación de Empleo (num. NUM004) a la empresa Productos Alimenticios LA BELLA EASO S.A, la extinción de 14 contratos de trabajo, con efectos del 1/02/10 durante un periodo máximo de 15 días; UNDECIMO: El actor no es representante de los trabajadores ni lo ha sido en el último año; DUODECIMO: Se promovió acto de conciliación celebrado el día 9/04/2010, que termino intentado SIN EFECTO, al no comparecer la demandadas citadas en legal forma y en los domicilios facilitados por la actora si bien al día de fecha no constaba en el expediente devueltos los acuses de recibo. Constando entregado el día 30/03/2010 el dirigido a GALLETAS ÁRTICA S.A.U, el 29/03/2010 a LA BELLA EASO SAU y los remitidos a PANRICO S.L.U en el domicilio Polígono Industrial Oeste C/Saavedra Fajardo 22/07 de San Gines Murcia el día 26/03/2010 y a la dirección de Avenida Dels Paisos Catalans 34 Espugles de Llobregat Barcelona el 29/03/2010."



TERCERO.- Contra la anterior sentencia, la representación de D. Urbano formuló recurso de suplicación y la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Murcia, dictó sentencia en fecha 18 de junio de 2012, en la que consta el siguiente fallo: "Desestimar el recurso de suplicación interpuesto por Urbano, contra la sentencia número (no consta numerada) del Juzgado de lo Social número 6 de Murcia (Plan de Refuerzo), de fecha 30 de julio, dictada en proceso número 0477/2010, sobre **DESPIDO**, y entablado por Urbano frente a PANRICO SLU; LA BELLA EASO SAU; GALLETAS ARTIACH SLU; y confirmar como confirmamos el pronunciamiento de instancia."

CUARTO.- Contra la sentencia de la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Murcia, la representación procesal de D. Urbano, interpuso el presente recurso de casación para la unificación de doctrina, que se formalizó mediante escrito fundado en la contradicción de la sentencia recurrida con la dictada por la Sala de lo Social del TSJ del País Vasco, de fecha 9 de diciembre de 2010 (rec. suplicación 2248/10).

QUINTO.- Se admitió a trámite el recurso, y tras ser impugnado por la parte recurrida PANRICO S.L.U., se pasaron las actuaciones al Ministerio Fiscal para informe, el cual fue emitido en el sentido de estimar que se declare la IMPROCEDENCIA del recurso. Se señaló para la votación y fallo el día 28 de enero de 2014, llevándose a cabo tales actos en la fecha señalada.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

PRIMERO.- 1.- Es objeto del presente recurso la sentencia dictada por la Sala Social del Tribunal Superior de Justicia de 18 de junio de 2012 (Rec. 430/2011).

La empresa PANRICO SLU adquirió el negocio de galletas ARTIACH al grupo KRAFT constituyendo el 25 de julio de 2008 a sociedad GALLETAS ARTIACH SLU, siendo PANRICO la Administradora Única de dicha sociedad. En septiembre de 2009 IBERIAN FOODS SARL, propietaria de PANRICO SLU, adquirió la totalidad del capital social de PRODUCTOS ALIMENTICIOS LA BELLA EASO SA. Como resultado de esas operaciones se produjo la integración de esas sociedades bajo una misma dirección empresarial si bien las tres empresas conservaban sus respectivas redes comerciales, gestionando cada una de ellas sus respectivas marcas. Mediante carta de 3 de octubre de 2010 (h.p. cuarto) GALLETAS ARTIACH SLU comunicó el **despido** por causas objetivas al actor, que prestaba servicios como gestor de ventas, -denominado KAR- y tenía asignada como zona de trabajo la provincia de Murcia. En la carta se anunciaba la reducción de 16 puestos de KAR. En la misma fecha, por igual motivo y comunicación GALLETAS ARTIACH, con una plantilla de 276 trabajadores, despidió a tres trabajadores que ocupaban un puesto similar al del actor. El 1 de abril de 2010, -hp noveno- ARTIACH, LA BELLA EASO y PANRICO suscribieron contrato de servicios de colaboración por el que se crea un equipo común de KAR. Por resolución de 2 de febrero de 2010 se acordó autorizar ERE a LA BELLA EASO SA para la extinción de 14 contratos de trabajo (hp décimo).

2.- La sentencia de instancia declaró el **despido** procedente, pronunciamiento confirmado en suplicación por la sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Murcia de 18 de junio de 2012. En lo que aquí interesa la citada sentencia desestima las siguientes tres cuestiones planteadas por el actor. En primer lugar sobre la no entrega de la copia del preaviso a los representantes de los trabajadores dice la sentencia que en el centro de trabajo del actor no había representantes de los trabajadores y que el actor no figura en el censo electoral del centro de trabajo de Orozco en Bilbao donde existen representantes de los trabajadores. En segundo lugar sobre la superación de los umbrales previstos en el art. 51.1 y 52 c) del ET, cuestión que se vincula con la existencia de un grupo de empresas que la sentencia rechaza al no haberse practicado prueba alguna al respecto. Y en tercer lugar, respecto a la necesidad de amortizar el puesto de trabajo, habiéndose acreditado - dice la sentencia- la necesidad de unificar las tres redes comerciales que conlleva la necesidad de amortizar el puesto de trabajo del actor por la coincidencia de clientes que motiva que algunos de ellos, considerados regionales, pasen a ser gestionados por la red de distribución de PANRICO.

3.- Recurre el actor en casación para la unificación de doctrina, aportando de contraste la sentencia del Tribunal Superior de Justicia del País Vasco de 9 de diciembre de 2010 que declaró nulo el **despido** del actor y condenó solidariamente a las tres empresas aquí demandadas a la inmediata readmisión con abono de los salarios dejados de percibir.

4.- El recurso se impugna por las empresas demandadas que interesan la desestimación del recurso por falta de identidad de las sentencias comparadas.

5.- El Ministerio Fiscal emitió informe interesando se declare la improcedencia del recurso por falta de contradicción entre las sentencias comparadas.

SEGUNDO.- 1.- Procede el examen comparativo de ambas sentencias para determinar si concurre el requisito de la contradicción, tal y como lo formula el artículo 219 de la LRJS, que supone que ante



hechos, fundamentos y pretensiones sustancialmente iguales, las sentencias comparadas han llegado a pronunciamientos diferentes. El artículo 219 de la Ley Reguladora de la Jurisdicción Social exige para la viabilidad del recurso de casación para la unificación de doctrina que exista contradicción entre la sentencia impugnada y otra resolución judicial que ha de ser -a salvo del supuesto contemplado en el número 2 de dicho artículo- una sentencia de una Sala de lo Social de un Tribunal Superior de Justicia o de la Sala IV del Tribunal Supremo. Dicha contradicción requiere que las resoluciones que se comparan contengan pronunciamientos distintos sobre el mismo objeto, es decir, que se produzca una diversidad de respuestas judiciales ante controversias esencialmente iguales y, aunque no se exige una identidad absoluta, sí es preciso, como señala el precepto citado, que respecto a los mismos litigantes u otros en la misma situación, se haya llegado a esa diversidad de las decisiones pese a tratarse de "hechos, fundamentos y pretensiones sustancialmente iguales" (sentencias, entre otras, de 24 de junio de 2011, R. 3460/2010 , 6 de octubre de 2011, R. 4307/2010 , 27 de diciembre de 2011, R. 4328/2010 y 30 de enero de 2012, R. 4753/2010). Por otra parte, la contradicción no surge de una comparación abstracta de doctrinas al margen de la identidad de las controversias, sino de una oposición de pronunciamientos concretos recaídos en conflictos sustancialmente iguales (sentencias de 4 de octubre de 2011, R. 3629/2010 , 28 de diciembre de 2011, R. 676/2011 , 18 de enero de 2012, R. 1622/2011 y 24 de enero de 2012, R. 2094/2011 .

2.- En el examen de las sentencias comparadas, la recurrida y la dictada por la Sala Social del Tribunal Superior de Justicia del País Vasco de 9 de diciembre de 2010 , vemos que se trata de las mismas empresas, y que en ambos casos las incidencias empresariales y comerciales son las mismas. No obstante ello, no puede apreciarse entre ambas sentencias la identidad requerida en el art. 219 LRJS por cuanto seguidamente se dirá.

Resalta el Ministerio Fiscal en su informe como mientras que para la sentencia recurrida no existe indicio fáctico alguno que permita afirmar la existencia de unidad empresarial, como se señala en el F.D. cuarto de la sentencia que señala que *"en lo tocante al apartado 3) su rechazo deviene de la no alegación ni prueba de la existencia de un grupo de empresas por parte del recurrente, que además no consta en ningún hecho probado, ni se ha realizado prueba alguna al respecto, como es la existencia de un trabajo unitario de las empresas..."*. Por el contrario, en la sentencia de contraste se parte de la existencia de dicho supuesto (FD. 4º).

Se observa que respecto a la notificación del **despido** a los representantes de los trabajadores, en el caso que se propone como término de comparación el Juzgado consideró que tal omisión no lleva consigo el incumplimiento del citado requisito ya que el demandante no constaba como elector en el censo electoral del centro de trabajo de Orozco, y la sentencia de contraste no comparte ese criterio por lo que entiende que por ese motivo el **despido** ya es nulo. Pero además, la sentencia de contraste también considera nulo el **despido** por la segunda cuestión relativa al número de trabajadores afectados por los ceses y sobre si deben computarse las extinciones realizadas en las distintas empresas o en una de ellas, y en relación con ello, sobre si bajo la apariencia formal de varias empresas se encubre una única. Como se ha indicado, la sentencia recurrida se basa en la falta de prueba que acredite la existencia de un grupo empresarial y en la de contraste no constan hechos probados distintos en relación con esa cuestión, pero la citada sentencia lo que hace es analizar el contenido y los términos de la carta de **despido**, y en relación con ello señala la sentencia de contraste que el **despido** se funda en la unificación de la red comercial, de forma que a partir del 1 de abril de 2010 , quienes presten sus servicios en esa red lo van a hacer para las tres demandadas -h.p. noveno de la sentencia recurrida y octavo de la de contraste-. La sentencia de contraste entiende que se han de tener en cuenta las extinciones efectuadas en las tres empresas que alcanza el número de treinta, y para llegar a tal conclusión hace una valoración del contenido de las cartas de **despido** y las operaciones realizadas entre las distintas codemandadas para, en definitiva, declarar la nulidad del **despido**, a diferencia de la recurrida.

Lo expuesto por sí solo evidencia sustanciales diferencias entre las sentencias comparadas en extremos básicos para la decisión de la cuestión litigiosa.

Pero es más, y a diferencia de la sentencia de contraste, el actor prestaba servicios en la zona de Levante, y en su centro de trabajo no había representantes de los trabajadores, sin que el conste en el censo electoral del centro de Orozco en el que existían representantes de los trabajadores como señala la sentencia de contraste.

En consecuencia, nos encontramos ante circunstancias fácticas distintas, siendo el objeto de debate en ambos procedimientos distinto. Ello puede ser causa justificativa de que las resoluciones difieran en la solución adoptada, e impide que en el presente caso pueda apreciarse la concurrencia de los requisitos exigidos por el art. 219 de la LRJS , al faltar la identidad mínima sobre los supuestos esenciales para discernir sobre la pretensión de si debe considerarse a las tres empresas demandadas, que conforman un grupo empresarial económico, como una "única organización empresarial" formando "la misma organización empresarial" y, por tanto, computar todos los **despidos** en la empresa así considerada.



TERCERO.- Por lo expuesto, de acuerdo con el informe del Ministerio Fiscal, el recurso que debió ser inadmitido, en este momento procesal ha de desestimarse, conforme a lo establecido en los artículos 219 y 225 de la Ley de Ley Reguladora de la Jurisdicción Social . Sin imposición de costas.

Por lo expuesto, en nombre de S. M. El Rey y por la autoridad conferida por el pueblo español.

FALLAMOS

Desestimamos el recurso de casación para la unificación de doctrina interpuesto por el letrado D. Víctor Mateo Beltri, en nombre y representación de D. Urbano , contra la sentencia dictada por la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Murcia de fecha 18 de junio de 2012, en el recurso de suplicación número 430/2011 , interpuesto por el recurrente contra la sentencia dictada por el Juzgado de lo Social nº 6 de los de Murcia de fecha 30 de julio de 2010 , en el procedimiento nº 477/10 seguido a instancia de D. Urbano frente a las empresas PANRICO S.L.U., LA BELLA EASO S.A.U. y GALLETAS ARTIACH S.L.U. Sin imposición de costas.

Devuélvanse las actuaciones a la Sala de lo Social de procedencia ,con la certificación y comunicación de esta resolución.

Así por esta nuestra sentencia, que se insertará en la COLECCIÓN LEGISLATIVA, lo pronunciamos, mandamos y firmamos.

PUBLICACIÓN.- En el mismo día de la fecha fue leída y publicada la anterior sentencia por el Excmo. Sr. Magistrado D. Rosa Maria Viroles Piñol hallándose celebrando Audiencia Pública la Sala de lo Social del Tribunal Supremo, de lo que como Secretario de la misma, certifico.

FONDO DOCUMENTAL ALCEGA