

ECONOMÍA

Las empresas de gran consumo se unen para recuperar terreno frente a las marcas blancas

Distribuidores y fabricantes debaten cómo recuperar el valor perdido ante el auge de las marcas blancas

ABC / MADRID
Día 10/03/2011 - 14.15h

Los dos últimos años de crisis han azotado con dureza al gran consumo: las empresas del sector lamentan la pérdida de valor que han registrado en ese tiempo. En gran parte, por el imparable incremento en ventas de productos de marcas blancas debido a la compleja situación económica. Las cadenas de distribución mantienen una oferta agresiva con estos sellos, pero **necesitan recuperar atractivo en sus establecimientos a través de marcas tradicionales**. Los fabricantes, por su parte, necesitan hacer frente a la competencia de esas marcas «de segunda». Distribuidores y fabricantes buscan desde hoy un acuerdo de colaboración que contente a ambas partes.

Las principales empresas del sector del gran consumo presentan hoy en Madrid, en un encuentro organizado por Publicaciones Alimarket, los proyectos de colaboración que en este sentido ya se están llevando a cabo. «Es el único camino para reconducir la situación y volver al crecimiento», ha expuesto durante su ponencia **José Armando Tellado**, director general de la compañía alimentaria Peñasalta. «Es clave, porque nuestro consumidor nos pide de manera constante las marcas líderes», ha apuntado Javier Pérez de Leza, consejero delegado de Dinosol.

En el Encuentro Alimarket Gran Consumo, los asistentes, alrededor de 300 directores generales y de «marketing» de empresas del sector, se han referido a las nuevas tendencias que se están desarrollando en canales, fabricantes, distribuidores así como en sus relaciones con el consumidor. Entre los participantes están José María Vilas, presidente de Panrico; Jorge Ybarra Loring, director de productos de gran consumo de Carrefour; Enrique García Martín, director comercial de Procter & Gamble; Antonio Luque Luque, director general de Hojiblanca; Luis Osuna Hervás, CEO y director general de Covirán; José Armando Tellado Nogueira, director general de Corporación Alimentaria Peñasanta; Juan Pascual Sansano, consejero delegado de Grupo El Árbol; Javier Pérez de Leza, consejero delegado de Dinosol Supermercados; Fernando Valdés Bueno, director general de Campofrío Iberia; Manuel Calvo García-Bernavides, consejero delegado de Grupo Calvo; y Pepe Martínez, director general de Millward Brown.