

Tribuna de Toledo Digital

Domingo, 27 de Junio de 2010

Sociedad 27/06/2010

La marca blanca, hasta el 67% más barata que la de fabricante

Los estudios demuestran que España es el país donde los márgenes son más elevados y que la relación calidad-precio, y no la crisis, está potenciando los productos de distribuidor *agencias / madrid*

La elección de productos de marca (de fabricante) o de marca blanca (de distribuidor) es uno de los debates en los que más tiempo invierte el consumidor a la hora de realizar sus compras, máxime en estos tiempos de aperturas económicas en los que el máximo ahorro y el binomio calidad-precio mandan más que nunca. Sin embargo, en la elección de ambas ofertas, cada día más presentes en los supermercados españoles, puede haber una diferencia de precios de hasta el 67 por ciento, según apunta un reciente estudio de la firma Kantar Worldpanel, lo que constituye el porcentaje más elevado de los países de nuestro entorno. Así, los márgenes en España casi duplicarían, de acuerdo al citado informe, con respecto a los de países con mayor tradición en venta de marcas blancas como el Reino Unido, donde la diferencia con las de fabricante es del 33 por ciento; Francia y Holanda (el 49) o Estados Unidos (el 50); y se sitúan a la altura de los de Alemania (63) y Polonia (62). Estas abultadas variaciones de precios confirmarían que los operadores venden en España marca de fabricante a un precio superior al de sus homólogos de otros mercados.

Esta realidad, unida al incremento de la percepción por parte del consumidor de que no existe una diferencia relevante de calidad entre marcas blancas y de fabricante, ha sido determinante para el auge de las primeras en España, tanto en el ámbito de la distribución como de la industria.

Guillermo Roger, profesor de la EAE Business School y especialista en este campo, considera que, en el futuro, en las estanterías convivirán ambas fórmulas, como ya lo hacen en otros países

Europeos. De hecho, en alimentación, el crecimiento de las marcas de distribuidor en España es constante en los últimos años: en 2007 la cuota de mercado era del 33,9 por ciento; en 2008, el 36,8; y en 2009 alcanzó el 39,4 por ciento, según los datos de Nielsen Scantrends.

«Los aspectos más emocionales y de imagen de las marcas de fabricante están siendo relegados -apunta Roger-; ahora el consumo de marcas blancas se asocia con una compra más inteligente, en la que no solo es importante el ahorro, sino el valor añadido de un menor coste sin pérdida de calidad». En este cambio ha influido la decisión de muchos fabricantes de dedicarse solo a producir marcas de distribuidor. «Las marcas blancas han logrado ser marcas en sí mismas, y su nombre sí es valorado por el consumidor».

De hecho, un estudio internacional publicado por Ipsos el pasado abril concluía que al menos un 80 por ciento de los compradores indicaban que las marcas de distribuidor son «iguales o mejores que de las de fabricante». Incluso, un 69 por ciento consideró que la marca blanca es «más innovadora».



Las encuestas reflejan que los compradores cada día valoran más las etiquetas ofrecidas por el distribuidor.

Alberto Rodríguez

Videos

España



Identificadas 9 víctimas, todas sudamericanas

España



Rajoy: "No aceptaría una coalición con Zapatero"

Tiempo Nacional



El Tiempo en España

España



12 muertos y 14 heridos en el atropello de un tren

España



Rajoy lamenta el accidente de Castelldefels

Deportes



Toyota lanza al mercado el Auris Híbrido

Entretenimiento



Los actores de "Sexo en Chueca" se mojan

Entretenimiento



Un año sin Michael Jackson

Entretenimiento



Richie Sambora crea una marca de ropa

Mundial 2010



Publicidad - El Equipo - Aviso Legal

Se recomienda una resolución de pantalla de 1024x768 en versiones actualizadas de los navegadores más habituales para la correcta carga de la web.

Tribuna de Toledo digital se basa en el Sistema de Gestión de Contenido **Perséfone (SGC/CMS)** desarrollado por Ceres Comunicación Gráfica

OTRAS WEBS DEL GRUPO PROMECAL

Grupo Promecal | Ceres C.G. | Revista Osaca | Diario de Burgos | Diario de Ávila | Diario Palentino | El Día de Valladolid | La Tribuna de Albacete
La Tribuna de Ciudad Real | La Tribuna de Puertollano | La Tribuna de Toledo | La Tribuna de Talavera
| SPC | Canal 6 Navarra | Ical News | Agencia Ical