

La creación de valor de las marcas

IGNACIO LARRACOECHEA
PRESIDENTE DE PROMARCA

Es fundamental cuidarlas y apostar por ellas para que sigan creando riqueza y sean capaces de competir en el extranjero con productos innovadores que procuren el éxito de España

Pensemos y analicemos por un momento en qué beneficia al consumidor la existencia de los productos de marca de fabricante. A nivel personal, los productos de marcas líderes nos gustan porque satisfacen nuestras necesidades. Son productos que nos han acompañado toda la vida, en los que confiamos plenamente y que se adaptan a la perfección a las necesidades que demandan los consumidores. Somos conscientes de que comprando un producto de la marca de siempre, vamos a acertar y no nos van a fallar.

Pero, si vamos más allá, nos encontramos además con que detrás de esa marca tan especial para nosotros y a la que no renunciamos pase lo que pase, hay una compañía que día a día realiza una importante labor para producir esos productos, crear productos nuevos, mejorar su calidad y conocer a los consumidores para saber en cada momento qué queremos y qué necesitamos.

Para lograr todo esto, las empresas que gestionan dichas marcas hacen un gran esfuerzo humano y económico que no sólo redundan en los productos que sacan al mercado, sino en beneficios para el consumidor y para toda la estructura económica y social de nuestro país.

Que la labor de la industria de las marcas de fabricante de alimentación, bebidas, droguería y perfumería era creadora de riqueza es algo de lo que ya éramos conscientes, pero ahora sabemos también hasta qué punto su trabajo es fundamental como motor de crecimiento del país.

Recientemente, el prestigioso Centro de la Marca de ESADE ha hecho público el primer estudio que cuantifica el peso de las marcas de fabricante en términos de PIB, inversión en I+D+i, impuestos y empleo. Según su investigación, las marcas de fabricante representan casi el 7% del PIB español, lo que significa que el peso de las marcas de fabricante de gran consumo en la economía de nuestro país es más grande que el de sectores como el de la automoción o los seguros, y tan sólo 3,7 puntos porcentuales menor que el del sector turismo. Si lo comparamos con el PIB generado por las marcas de distribución, el estudio de ESADE revela que las marcas de fabricante generan cinco veces más flujo de renta.

Además de su aportación al PIB, no podemos olvidar la contribución de las marcas de fabricante a las arcas del Estado. Estas marcas contribuyen con 11.000 millones de euros en impuestos al Estado, nada menos que el 7% del total tributa-

do. Una recaudación que se traduce en diversos beneficios sociales para la población.

Y, en relación con los beneficios para la población, también hay que mencionar que las marcas de fabricante dan empleo a 1.149.000 personas, el 5% del total del país y cuatro veces más que las marcas de distribución. Pero las marcas de fabricante no son sólo una fuente principal de creación de empleo en nuestro país, sino que además generan empleo de calidad. En este sentido, el estudio realizado por ESADE constata que el empleo ofrecido por las marcas de fabricante es de mejor calidad en cuanto a condiciones laborales, sindicales y conciliación familiar, salario, jornada laboral máxima anual, etc.

Asimismo, el informe revela que de los 636 millones de euros de la inversión en I+D+i que se

hace en gran consumo, el 90% corresponde a las marcas de fabricante. Dicho de otra forma, las marcas de fabricante invierten más de 564 millones de euros en I+D+i, un esfuerzo económico que se refleja en la mejora de la calidad de los productos y en el lanzamiento de productos nuevos que además de satisfacer al consumidor, nos permiten ser más competitivos y fuertes en el exterior.

Pero, además de estas cifras, lo que sin duda refleja el impacto de las marcas de fabricante en el país es su aportación a la economía española en concepto de valor añadido. El valor añadido es el valor adicional que obtienen los bienes y servicios al evolucionar a través de todo el proceso productivo

vo y posibilita que las empresas aumenten sus niveles de calidad, inviertan en I+D+i, generen empleo y de calidad, exporten sus productos, etc.

Pues bien, según ESADE, las empresas productoras de marcas de fabricante aportaron a la economía española 22.000 millones de euros en el 2008. Una cifra de por sí impresionante que si comparamos con lo que aportaron el mismo año las marcas de distribución, 1.600 millones de euros, nos da como resultado que las marcas de fabricante aportan 14 veces más valor añadido. De hecho, las marcas de fabricante aportan a la economía española un valor añadido del 2,03%, superior al de sectores tan estratégicos para el país como el energético (2%), el de la automoción (1,1%) o el de la industria química (1,3%).

Estamos hablando de la espiral de creación de valor, esencial para un país. Por ello, es fundamental cuidar nuestras marcas y apostar por ellas para que continúen creando valor y sean capaces de competir en el extranjero con productos innovadores que procuren el éxito de España.



:: JOSÉ IBARROLA