

**2 Junio, 2016**

Las grandes marcas sacan músculo

Aportaron el 7,4% del PIB en 2014 y suponen más de un millón de empleos, un 5,5% del total del país

RAQUEL VILLAÉCIJA MADRID

Cuando un consumidor llega a un supermercado pensando en comprar unos yogures de una marca concreta puede ocurrir, primero, que no los encuentre porque no están; segundo, que no los encuentre porque están ocultos o mal colocados; tercero, que se confunda con otro formato del distribuidor que es tan parecido que, si va con prisa, no aprecie casi la diferencia hasta después de haber pasado por caja.

La guerra de las marcas (la que libran las del fabricante con las marcas blancas que comercializa el distribuidor) tiene unas implicaciones económicas que «afectan al conjunto de toda la economía», según destaca Ignacio Larracochea, presidente de Promarca, asociación que representa al conjunto de fabricantes de productos de gran consumo líderes en alimentación, bebidas, droguería y perfumería de España. Esta asociación ha presentado, jun-

to con Esade, un estudio que refleja el impacto que tienen en la economía y la sociedad las marcas del fabricante: en concreto, aportan el 7,4% del Producto Interior Bruto (PIB), «cuatro veces más que las marcas del distribuidor», según destaca Alejandro Santana, de Esade.

Esta contribución del 7,4% a la riqueza nacional, según datos de 2014, ha crecido respecto al 4,9% que representaba en 2008, y ello a pesar de que, durante los años de crisis, «per-

dieron terreno con respecto a las marcas blancas», destacan los autores del estudio. Esto se debe en gran parte a que las empresas buscaron su camino fuera y se incrementaron las exportaciones. «Sin esta actividad exportadora, la pérdida de valor y de empleo hubiera sido dramática», destaca Larracochea.

Estas ventas al exterior crecieron un 40% entre 2008 y 2014 en el sector de la alimentación y bebidas, que representa el 92% del total en

la industria de gran consumo.

Las empresas que fabrican estos productos representan más de un millón de puestos de trabajo, el 5,5% del total de empleos que hay en el mercado laboral. Y eso que desde 2008 se han destruido 53.600. Entre 2011 y 2014 «se ha logrado recuperar un poco, aunque el saldo en el período (2008-2014) sigue siendo negativo», explica Larracochea. A pesar de ello, esta industria ha generado un valor añadido a la economía en términos de inversión en I+D. Ésta pasó del 2,02% en 2008 al 2,2% en 2014. «El valor añadido que generan las marcas del fabricante es mayor que el de la industria química», según Promarca.