



La marca blanca ha destruido 86.000 empleos en tres años

L. T. Madrid

La crisis se ha llevado por delante algunas marcas secundarias de fabricantes en favor de las marcas blancas, lo que ha provocado la desaparición de 86.000 empleos entre 2008 y 2011. Según la consultora The Brattle Group, que haya competencia de marcas es bueno, pero lo que no es correcto es que las marcas de fabricantes desaparezcan por aplicar márgenes discriminatorios en los precios.

“El precio de las marcas de fabricantes podría bajar de media un 20% si las

cadenas de distribución les aplicaran los mismos márgenes que a sus marcas blancas”, afirma José Antonio García, autor del estudio sobre la competencia en el mercado minorista de distribución en España. Si se aplicaran los mismos márgenes, los precios de las primeras marcas podrían bajar entre un 4% y un 41%, dependiendo del producto. Por ejemplo, en el caso de la leche, ahora el margen que la distribución impone a la marca de fabricante es del 48%, frente al 30% para marca blanca.