

A mayor competencia, mejor para el consumidor

Ignacio Larracochea
PRESIDENTE DE PROMARCA



► La competencia y existencia de productos similares de la misma categoría en los establecimientos de gran consumo es la mejor manera de lograr el abaratamiento de la cesta de la compra del consumidor. La competencia empresarial no sólo es positiva para las compañías. También es necesaria porque permite al consumidor ejercer su incuestionable derecho a la libertad de elección, e impulsa a las compañías fabricantes a la búsqueda constante de la innovación y excelencia, lo que a su vez se traduce en productos novedosos, mejorados, ajustados cada vez más a las necesidades concretas de los consumidores y en los que prima la calidad. Éste es el secreto de una economía sana, que existan muchas marcas y productos compitiendo en el mercado para darle lo mejor al consumidor al mejor precio. De todo ello, el máximo beneficiario es el consumidor.

La limitación de surtido en los establecimientos dificulta la compra. Si un establecimiento ofrece una oferta parcial de productos, estará obligando al comprador a visitar más de un establecimiento para poder completar su compra con aquellos productos que hubiera decidido incluir en su cesta. De acuerdo con los resultados de un estudio de opinión elaborado recientemente entre amas de casa de entre 25 y 65 años, seis de cada diez reconocieron que cada vez es más difícil encontrar determinadas marcas en algunos establecimientos de compra. Un 91% consideraba importante que los establecimientos no limiten el surtido, y un 92% opinaba que es importante poder encontrar en cualquier establecimiento sus marcas favoritas.

Por ello, los establecimientos deben asegurar que los ciudadanos dispongan de la mayor amplitud de gama posible, teniendo en cuenta las dimensiones de cada punto de venta y evitar una oferta parcial que empobrezca las posibilidades del consumidor, limite su elección y le obligue a visitar varios establecimientos para poder completar su

compra. Las marcas fabricantes, por su parte, deben seguir desarrollando la labor que realizan desde hace décadas: investigar e innovar para poner al alcance de los ciudadanos productos de la máxima calidad, que respondan a las diversas y crecientes necesidades de un mercado cada vez más segmentado y con perfiles de consumo diversos, así como mantener la confianza que los consumidores les otorgan desde hace mucho tiempo.

Desde Promarca, entendemos que tanto los fabricantes de las marcas líderes como las empresas de distribución realizan una labor complementaria en el mercado, y que el trabajo de ambos resulta indispensable para el correcto desarrollo de la economía y del libre mercado. Unos y otros llevamos muchos años trabajando juntos y colaborando para velar por los intereses del consumidor ante cualquier contexto económico. Así debemos continuar, compartiendo una visión común: la búsqueda de la satisfacción al cliente a través de la oferta más variada y completa, de calidad, y en las mejores condiciones económicas posibles.