

## TANT x TANT

**Ignacio Larracochea**



President de Promarca

### Qualitat, innovació i confiança

**Q**ualitat, innovació, confiança i experiència... són alguns dels valors que aporta a un producte una marca líder: coneguda i reconeguda pels consumidors. Moltes d'aquestes marques han acompanyat el consumidor al llarg de tota la seva vida i mantenen amb ell una relació afectiva, de confiança, fet que les fa úniques i inigualables.

Darrere d'una marca de fabricant hi ha un gran esforç humà, una enorme inversió en investigació i desenvolupament. Hi ha estudis, proves i anys de confiança dels consumidors, durant els quals els fabricants han mantingut la qualitat dels seus productes i s'han esforçat a conèixer el consumidor i saber en cada moment que vol i què necessita.

Les marques tenen el deure i la responsabilitat

La marca de fabricant comporta molt esforç humà i una gran inversió en R+D

d'atendre i satisfer de manera contínua aquestes necessitats, garantir la diversitat. Respecte a això, la varietat de productes d'una mateixa categoria en els establiments permet la lliure elecció del consumidor, la qual cosa fomenta la competència entre companyies, que es tradueix en l'abaratiment de productes i empeny les empreses a la recerca constant de la innovació i l'excel·lència.

La indústria de les marques tradicionals és creadora de riquesa i ocupació i constitueix un dels principals sectors industrials espanyols. També realitza unes inversions en R+D+I anuals pròximes als 600 milions d'euros i representa prop del 5% del PIB.

Malgrat el context econòmic actual, les marques i les seves companyies mantenen els seus valors i es perfilen com un dels sectors que millor fa front a la crisi. Actualment, 7 de cada 10 euros de la despesa del cistell de la compra es destinen a marques de fabricant.