

*Tribuna*  
FERNANDO OLIVARES DELGADO

# Marcas negras: cuando el fabricante no es quien pensamos

Frente a la desinformación solo cabe arrojar luz y que el consumidor pueda obrar en consecuencia y tomar sus decisiones de compra con conocimiento de causa y libertad.



Foto: Reuters

AUTOR  
**FERNANDO OLIVARES DELGADO**  
Contacta al autor

TAGS  
ALICANTE - CONSUMO -  
INFORMACIÓN

27.05.2017 - 09:00 H.

Una pareja en un supermercado, barras de cereales en mano:

-¿Quién fabricará esto? -dice el hombre.

-Chico, ¿es que no ves la marca? -responde la mujer.

-La marca la veo... ¡Como para no verla! Pero sigo sin tener claro quién fabrica este producto -concluye el hombre.

## Fabricar el producto y "fabricar" la marca

¿Una discusión absurda? **En absoluto**. Lo que hace esta pareja es sacar a la luz una de las cuestiones clave del mundo de las **marcas**: una cosa es quién fabrica el producto y otra, **quién fabrica la marca** (porque la marca es hoy un producto más que hay que saber elaborar). Tradicionalmente producto y marca eran fabricados por el mismo operador o empresa; hoy sin embargo la cosa puede ser bien diferente. El propietario del activo intangible marca en ocasiones no elabora producto alguno, ni se le conoce **fabrica alguna** simplemente selecciona a un tercero para que se lo fabrique en su totalidad "llave en mano". Es una práctica legítima, pero igualmente o más legítima es que al consumidor se le tenga en cuenta y que se le informe de forma transparente de la **identidad del fabricante** real del producto que compra.



**El formato 'outlet' llega al supermercado: Primax se abre paso en España**

MARINA VALERO

Los outlets del gran consumo empezaron a colonizar la capital con ofertas agresivas en marcas como Coca-Cola, Gillette, Kellogg, Pringles, Mibou, Barbie, Durac, Nivea...

La realidad es que, en demasiadas ocasiones, muchas empresas y marcas icónicas y "líderes" **esconden su verdad productiva** en lo referido a la identidad del fabricante real de sus productos. A todos resulta familiar el concepto de **marca blanca** -productos fabricados especialmente por un tercero para un canal distribuidor que vende bajo una marca propia sin informar del verdadero fabricante-, pero no lo es tanto el de **marca negra**. Hablamos de marcas negras para aludir a aquellos productos que una empresa presenta como de producción propia, bajo su afamada marca, pero que en realidad han sido **fabricados por un tercero** cuya identidad queda siempre oculta al consumidor.

## Marca negra vs marca blanca

Entre los dos conceptos hay dos caras de una misma moneda: la de la **falta de transparencia** y la de la ocultación al consumidor de la identidad del fabricante real del producto. Dentro de las **marcas negras** encontramos renombradas multinacionales 'megabrands' que se suelen presentar en sociedad como fabricantes, intentando para más ini legitimarse por ello frente a otro tipo de marcas y empresas competidoras. Lo cuestionable deontológicamente es que estas "primeras marcas", casi siempre renombradas, y en un alarde de valores, se presentan en sociedad y en los lineales **como si siempre fabricasen ellas**. Para colmo muchas de estas marcas son las que suelen publicitar por activa y por pasiva: **"No fabricamos para otras marcas"**.



Pasillos de un supermercado. (EFE)

## ¡A veces no fabrican ni para las tuyas!

Y es que hay un **sinfin de empresas** que se encargan desde el silencio y el anonimato, con la máxima discreción y confidencialidad, de elaborar los productos que luego comercializan marcas líderes, supuestamente fabricantes de dichos productos. Es un fenómeno que tradicionalmente se ha denominado 'maquila' y que en muchos sectores (especialmente en el gran consumo) y desde la propia administración siempre se ha tolerado, mirando para otro lado, sin el más mínimo respeto hacia el consumidor final. En la nueva economía, **la transparencia hacia el consumidor ya no es opcional**.

## Lo que no sabíamos es que el enfoque de las empresas hacia "lo comercial" se haría de una forma tan poco transparente para el cliente final

Ya nos adelantó José María Vilas (expresidente de Panrico, Deoleo y Unilever España) en su libro **'Marcas líderes y distribuidores, buenas prácticas de colaboración'** (ESIC Editorial, 2011) que muchas empresas se estaban enfocando exclusivamente hacia 'lo comercial', y **poco a poco hemos visto que así ha sido**. Lo que no sabíamos es que se haría de una forma tan poco transparente para el cliente final.

## Subcontratación productiva total

El consumidor inteligente da por hecho el fenómeno de la **subcontratación productiva total**, pero aún desconoce que a veces también la practica su marca favorita.

Según leí en una revista sectorial, Font Vella Sensación -las aguas de sabores pertenecientes al **Grupo Danone**- "van a ser fabricadas en la planta de Agua Mineral San Benedetto, por razones de estrategia empresarial". De momento la multinacional italiana San Benedetto va a fabricar las aguas con sabor a limón y manzana para la filial de Danone, Font Vella Levité, también con sabores a base de zumo. El problema es que **Font Vella** no informa con transparencia al consumidor en el 'packaging' de que tal o cual producto es producido por otra empresa.

O qué decir del **pulmón productivo Incopeak**, gigante belga especialista en fabricar en la sombra (tanto marcas blancas como negras), totalmente desconocida para el gran público, pero de cuyas líneas de producción salen nada más y nada menos que los yogures Vitalinea o las natillas Danette de Danone (por supuesto sin identificarse en sus envases), como ya puse de relieve en mi libro 'Rebelión en las marcas' (Lid Editorial, 2012. Premio Fundación Everis). Y así tenemos muchos más ejemplos de grandes multinacionales como **Heinz, Unilever, Henkel, Granini, Bimbo o Mondelez**.

## Naturaleza y alcance de las marcas negras

En la Universidad de Alicante empezamos a analizar la naturaleza y alcance de las **marcas negras** en diversos sectores. Frente a la desinformación solo cabe arrojar luz y que el consumidor pueda obrar en consecuencia y tomar sus decisiones de compra con **conocimiento de causa y libertad**. Ese es el objetivo de un innovador proyecto de investigación de la Universidad de Alicante, que por primera vez **analizará y medirá** la realidad del fenómeno de las marcas negras en España.

Y a la pareja del supermercado, si algún día vuelvo a coincidir con ella, le diré con algo más de conocimiento de causa que esas barras de cereales con marca de una archiconocida compañía global norteamericana, posiblemente estén transformadas y fabricadas por una **empresa galletera de Palencia**. Y que ellos, libremente y con la información veraz en la mano, actúen y compren en consecuencia.

\***Fernando Olivares Delgado** es profesor titular de Marca Corporativa de la Universidad de Alicante.

**10 acciones más alcistas en bolsa, a pesar de Cataluña**  
**Santander, Telefónica y BBVA potencial del 30% en bolsa**



### AHORA EN PORTADA

La Flaccha estudia la suspensión de actividades de ANC y Ombudsman



Paidement se munda al Palau y los GEO de los Mossos ya lo protegen día y noche



Estabat, la productora del vídeo 'Help Catalonia', recibe subvenciones estatales



Rajoy y el 'The New York Times'



### SUSCRIBETE AL BOLETIN

Correo electrónico

EC

Cotizalia

independencia Cataluña

Vanitatis

ALERTAS

ACEPTO LOS TERMINOS LEGALES

### OPINIÓN

LAURENCE FAURE  
Para erradicar la pobreza, más capitalismo  
JUAN RAMÓN RALLO

TRIBUNA  
Especulando con Bitcoin  
ISAAC DE LA PENA

EL OBSERVATORIO DEL IR  
El deporte de la nación española  
IGNACIO DE LA TORRE

VER MÁS OPINIÓN

### Regístrate en El Confidencial

- NEWSLETTER DIARIA
- ACCESO A LA COMUNIDAD
- ALERTAS URGENTES

REGISTRARME

### LO MÁS LEÍDO

#### ECONOMÍA EL CONFIDENCIAL

- Francia temerosa el mercado eléctrico a las puertas de la llegada del Irac a España
- La sociedad madre de Juan González, candidato a líder Podemos
- Una ley que Ciudadanos no puede apoyar
- Brussels reclama a España que mba los salarios para consolidar la recuperación
- Cómo Malta se ha convertido en El Dorado para la industria del juego online

