MARCAS Y ELECCIONES

https://www.alfdurancorner.com/articulos/marcas-y-elecciones.html

Focus: Empresa

Fecha: 24/01/2000

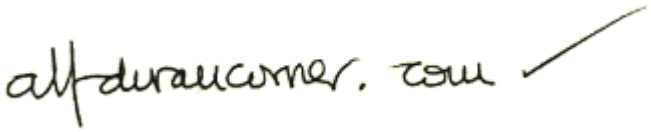
El valor de una marca no aparece entre los activos del balance de una empresa, aunque en muchas ocasiones sea su partida más importante. Una marca adquiere notoriedad a lo largo del tiempo , en la medida en que su presencia y sus buenas prestaciones se asienten en la mente del consumidor.

Una marca puede responder o no al producto que ampara. En el primero de los casos facilita el mecanismo de asociación. Por ejemplo, "Coca-Cola" es un refresco de cola. "Punto Blanco" tiene que ver con el tejido de punto. En muchos otros la relación es inexistente: "Fagor" podría ser qualquier cosa y no necesariamente electrodomésticos, "Virgin" sirve para todo y no sirve para nada, lo cual ya le va bien a su patrón Richard Branson.

En el panorama español la confusión es enorme.

Empezaremos por las asociaciones : PSOE es el partido socialista obrero español, en un país donde la conciencia obrera va a la baja y el españolismo se cuestiona. PP es el partido popular, es decir, el partido del pueblo (!). IU es la izquierda unida (pretensión imposible). Convergencia & Unió no es un partido sino dos. El PNV es quizás el único que se ajusta a su oferta : nacionalista y vasco.

En el fondo los códigos que triunfan lo hacen porque consiguen dos objetivos : alto nivel de notoriedad (cuota de mercado en la mente del consumidor) y buenas prestaciones a lo largo del tiempo. No es relevante que vayan asociados a su propuesta de venta.

Los comunicadores ya saben que hay que enfatizar las bases de sus mensajes y esto se consigue complementando los códigos. Si, por ejemplo, el PSOE es "el partido del progreso", llegará un momento en el que el código será sólo un referente, el significante de un significado.

Lo cual no resta valor a la notoriedad del código y ésta es cuestión de tiempo. En las marcas jóvenes, como el caso del PP o el de C & U, los éxitos de hoy no aseguran los del mañana. Humildad y paciencia son buenas consejeras.