L’etiqueta "Made in Spain" no ajuda a incrementar les vendes.

+ Notícies | 24/11/2006 | 12:24

"Made in Spain" no ajuda a incrementar les vendes a l’estranger.

Un factor fonamental per millorar la balança comercial és incrementar les vendes a l’estranger. Des de fa temps, l’Institut Espanyol del Comerç Exterior (ICEX) està valorant la possibilitat d’impulsar la marca “Made in Spain”, i ha encarregat estudis que, de moment, desaconsellen aquest tipus d’estratègies de màrketing.

Itàlia, França, Alemanya o Japó han traslladat amb cert èxit a les seves marques uns valors que van més enllà del propi producte. Així, s’associen els productes japonesos a la més alta tecnologia, els alemanys a la fiabilitat, els francesos a la qualitat, i els italians al disseny, només per citar uns quants exemples. El problema, segons els informes, és que Espanya, de cara a l’estranger, no transmet cap valor en concret. I si en transmet algun, sovint és negatiu.

En el cas de les marques espanyoles es dóna el fenomen que les que triomfen arreu del planeta, com ara bé Telefónica, Zara, Mango, Lladró, Seat o Borges, sovint no són identificades com espanyoles per una part important dels consumidors.

Autor: Loste
Loste

https://gironanoticies.com/noticia/883-letiqueta-made-in-spain-no-ajuda-a-incrementar-les-vendes.htm