

# As Marcas Brancas

Como publicitário acredito que as marcas são, de facto, o maior activo das empresas. Para além de identificar e diferenciar, as marcas têm as funções de criar pertença e serem uma garantia para os consumidores. Ao adquirir uma determinada marca, independentemente do local de compra, existe a certeza de que esta oferece os benefícios a que estamos habituados.



Neste contexto, onde se enquadram as denominadas marcas brancas? Um estudo recente da AC Nielsen concluiu que as marcas brancas (ou próprias) crescem a uma taxa superior à do mercado. Em 2007, terão aumentado a sua quota em cerca de 4%, valor este, já superado em 2008.

A crise instalada tem levado os portugueses a optar pelo factor preço, em detrimento dos factores "garantia" e "pertença" oferecido pelas grandes marcas. Mas será que as marcas brancas, não oferecem garantias? Apesar do nome se manter, a ideia de que estes produtos são de menor qualidade "morreu" na década de 80. Actualmente os distribuidores apostam nas marcas próprias para se diferenciarem, aumentando a fidelidade dos consumidores e oferecendo um "good value for money" (boa relação qualidade/preço). Os produtos ganharam cor, identidade e uma qualidade muito acima da média.

Como conseguem então, os hipermercados, disponibilizar bons produtos a custos tão baixos? A resposta é simples. Redução dos custos publicitários, custo zero no linear das lojas, distribuição centralizada, entre outros. Resultado? Um bom produto, a um custo acessível.

Bens alimentares básicos como o esparguete, arroz, leite ou água podem ser adquiridos por vezes por um terço do preço das grandes marcas.

Então, se as marcas brancas estão identificadas e diferenciadas das outras e oferecem o mesmo tipo de garantias (ou a devolução do dinheiro) onde reside a grande diferença entre as marcas próprias e as marcas ditas "normais"? Basicamente, na satisfação do nosso "ego". Os laços que criamos com as marcas é que ditam a nossa escolha. É esse o factor "x". Por muito que um computador de marca própria seja bom, todos gostaríamos de ter um "Apple" ou um "Sony Vaio". Por muito que a farinha do "Continente" seja boa, parece que os bolos só resultam com a "Banca de Neve".

Deixo a decisão para cada consumidor mas acredito que, cada vez mais, o nosso ego seja esquecido em função dos euros na carteira.

\* *Designer / publicitário*

**Nelson Gago** \*

22:51 terça-feira, 29 julho 2008

 [Comentar esta notícia \[0 comentários\]](#)

 [Enviar a um amigo](#)

 [Imprimir esta notícia](#)

 [Criar alerta Flash-Mail](#)