

Expansión

© Unidad Editorial, Información Económica SLU, Madrid 2009. Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser -ni en todo ni en parte- reproducida, distribuida, comunicada públicamente ni utilizada o registrada a través de ningún tipo de soporte o mecanismo, ni modificada o almacenada sin la previa autorización escrita de la sociedad editora. Conforme a lo dispuesto en el artículo 32 de la Ley de Propiedad Intelectual, "queda expresamente prohibida la reproducción de los contenidos de esta publicación con fines comerciales a través de recopilaciones de artículos periodísticos"



Eduardo Martínez Abascal

La izquierda y el marketing

Acabamos de celebrar la caída del muro de Berlín. Se nos ha presentado como un triunfo de la libertad. Me parece, sin embargo, que pocos han hablado del régimen comunista que construyó, no sólo el muro en Berlín, sino todo el telón de acero que aprisionaba a millones de personas en una cárcel-estado sin dejarlas salir.

Siempre me ha llamado la atención la enorme capacidad de marketing de la izquierda de origen marxista. El caso más paradigmático ha sido la Europa de los años 60 a 80. La realidad en los países comunistas era de ausencia total de libertad, en todas sus dimensiones: libertad política, de expresión, de movimientos, económica, religiosa, etc. Hasta el punto de construir un muro, o un verdadero telón de acero, para que la gente no se escapara.

Al mismo tiempo, teníamos en Europa fuertes partidos comunistas y socialistas-marxistas que cosechaban muchísimos votos en las elecciones (en Italia, el PCI era el segundo partido; en Francia, el PCF era el tercero). Y en las universidades, el credo a sostener por todos era el marxista, en cualquiera de sus versiones (maoísta, leninista, trostkista, etc). El resultado del modelo marxista lo podíamos ver con nuestros ojos (¡un horror!). Y, sin embargo, la izquierda tenía la capacidad de convencernos de que el modelo marxista nos llevaría a una nueva era de progreso y felicidad. Realmente hace falta ser un genio del marketing para convencer a la población de que lo que ven no es real y de que lo que prometen sí lo es. ¡Unos genios del marketing!

Desde su origen, el marxismo ha pretendido mover a las masas, más que captar la voluntad de los individuos concretos. Es lógico, pues, que hayan desarrollado una buena metodología al respecto. La característica clave de esta metodología es no mirar a la realidad (no dar datos), salvo para exacerbar los errores del contrario y, eso sí, presentar promesas de un mundo idílico en el que todos estamos de acuerdo, pero sin decir como llegaremos a él. Me parece que buena parte de la izquierda de hoy (de origen marxista) sigue con la misma metodología y realmente dominan el marketing como nadie (aunque ya no sean marxistas).

Creo, sin embargo, que en la medida que el nivel de formación aumenta en la población, será cada vez más difícil utilizar esas "técnicas de masas" y los individuos pediremos resultados concretos antes de decidir nuestro voto. Gobernará no el que mejor hable y más prometa, sino el que mejores resultados presente. Ojalá sea así.

Profesor del IESE

LA COMPAÑÍA KOENIGSEGG RETIRA SU OFERTA DE COMPRA POR EL FABRICANTE ESCANDINAVO DESPUÉS DE TRES MESES DE NEGOCIACIONES CON GENERAL MOTORS, QUE ANALIZARÁ EL PRÓXIMO MARTES LA SITUACIÓN DE SU FILIAL.

La marca sueca Saab se queda sin conductor

Expansión. Madrid

Nuevo revés en los planes de General Motors (GM) para desembarazarse de sus marcas no estratégicas. Koenigsegg, el fabricante sueco de coches superdeportivos, anunció que retiraba su oferta de compra por Saab, marca que GM quiere vender desde hace meses.

Esta decisión de Koenigsegg se produce después de que ambas empresas alcanzaran el pasado 18 de agosto un principio de acuerdo para la venta del 100% de Saab, aunque el proceso estaba sujeto a la aprobación de las autoridades y al cierre de algunos flecos pendientes. GM quería cerrar la venta a finales del próximo mes.

Financiación

Koenigsegg no explicó por qué había tomado esa decisión y simplemente señaló "que el factor tiempo ha sido siempre crítico en nuestra estrategia para dar aires nuevos a la compañía".

Entre las condiciones de venta, se encontraban los compromisos de financiación por parte del Gobierno sueco, así como la ayuda facilitada por la matriz estadounidense. El Banco Europeo de Inversiones (BEI) había aprobado la concesión un crédito por importe de 400 millones de



Saab vendió el año pasado 93.295 coches, lo que supone un 25% menos que el ejercicio anterior.

El motor gripa

● Saab emplea a 3.400 personas, la mayoría en su planta de Trolhattan. La empresa no gana dinero desde 2001.

● El año pasado, perdió 3.000 millones de coronas suecas (291 millones de euros), tras vender 93.295 coches, un 25% menos.

euros al fabricante sueco de automóviles.

El consejo de administración de GM se reunirá el próximo martes para analizar el futuro de Saab, cuyo futuro está en el aire. La empresa podría reabrir de nuevo el proceso o cerrar la marca, ya que quedarse con Saab no entra dentro de sus planes. Saab emplea a 3.400 personas, principalmente en su única planta en Suecia, la de Trolhattan.

Para General Motors, es el segundo varapalo en sus planes de desinversión, tras el colapso de la venta de Saturn

al grupo Penske Automotive. GM quiere vender Saab y Saturn para concentrarse en el desarrollo de Chevrolet, Cadillac, GMC y Buick, además de Opel en Europa.

El presidente de General Motors, Fritz Henderson, se mostró "muy decepcionado" con la decisión de Koenigsegg de no continuar el proceso de compra de Saab. La compañía, que en febrero suspendió pagos, no gana dinero desde 2001. El año pasado, perdió 3.000 millones de coronas suecas (291 millones de euros) y vendió 93.295 coches.

CONTAINERCLICK
Venta y reservas para el transporte de contenedores en sólo tres pasos
www.renfe.com/mercancias
renfe
Mercancias

EL TIEMPO			ESPAÑA			EUROPA			MUNDO					
MÁXIMA	MÍNIMA		Ciudad	Máx. Min.	Condiciones	Ciudad	Máx. Min.	Condiciones	Ciudad	Máx. Min.	Condiciones	Ciudad	Máx. Min.	Condiciones
24	1	Tenerife	A Coruña	14 10	Lluvioso	Sevilla	19 10	Nuboso	Ámsterdam	12 9	Lluvioso	Londres	13 8	Nuboso
		Valladolid	Barcelona	19 10	Nuboso	Tenerife	24 20	Nuboso	Berlín	13 10	Despejado	Moscú	6 5	Lluvioso
			Bilbao	16 10	Nuboso	Toledo	14 5	Nuboso	Bruselas	11 8	Lluvioso	Praga	11 7	Despejado
			Madrid	12 4	Nuboso	Valencia	21 8	Despejado	Estocolmo	8 4	Lluvioso	Roma	15 5	Despejado
			Málaga	21 11	Despejado	Valladolid	11 1	Nuboso	Ginebra	11 3	Despejado	Viena	13 5	Despejado
			Mallorca	19 9	Despejado	Zaragoza	16 3	Nuboso	Lisboa	16 10	Lluvioso	Zurich	11 2	Despejado



LOCAL COMERCIAL
ERCILLA, 46
ref. 25813

Local con licencia de Oficina. 750 m² entre Planta de calle y entreplanta, con una altura máxima en el local de 7 m. Actualmente funcionando como productora de cine. Espacios muy diáfanos. Transporte: a 5 minutos de Metro Embajadores y Metro Acacias.

1.000.000.-€



GILMAR,
DE TODA LA VIDA
UN LUJO.

91 209 32 50 | www.gilmar.es
Dpto. Inversiones