

10 Cambio de Nombre

Dr. Octavio Islas C.

Cátedra de comunicación estratégica y
cibercultura-Proyecto Internet

octavio.islas@itesm.mx

Cambiar el nombre de una institución es la más seria modificación que puede hacerse a su identidad.



El proceso de cambio de nombre resulta más costoso de lo que supone el cliente.

El cambio procede cuando ya no queda otra alternativa.



Antes de decidir el cambio de nombre, resulta indispensable emprender una investigación sobre percepciones de los públicos.



El nombre debe expresar
lo que uno es, lo que
hace, lo que busca.

El nombre es el
fundamento de la
identidad.



En ocasiones, el cambio de nombre responde a necesidades de expansión y crecimiento en nuevos mercados.



El cambio de nombre puede afectar el precio de las acciones.



Los nombres de una ciudad o un área geográfica pueden ser altamente distintivos, pero también resultar limitativos.



Figuras retóricas

Cambio de Nombre

Eliminación de un calificativo limitativo	<i>Antes</i> Eurasia Chocolate Corp. <i>Después</i> Eurasia Fidias Corp.
Contracción	<i>Antes</i> Banco Nacional de México <i>Después</i> BANAMEX
Adopción de iniciales	<i>Antes</i> Radio Corporation of America <i>Después</i> RCA

Adición del nombre de un socio.	<i>Antes</i> López y Pérez <i>Después</i> López, Pérez y Rodríguez
Reducción del nombre de un socio	<i>Antes</i> López, Pérez y Rodríguez <i>Después</i> López y Pérez
Retorno al nombre anterior	<i>Antes</i> Safegard <i>Después</i> Escudo

Incremento verbal	<p><i>Antes</i> Gestar Limited <i>Después</i> Gestar Corporation</p>
Cambio a un nombre descriptivo	<p><i>Antes</i> National Aviation Corp. <i>Después</i> National Aviation and Technology</p>
Sustitución de iniciales	<p><i>Antes</i> LPR <i>Después</i> López, Pérez y Rodríguez</p>

Adopción del nombre de la empresa compradora o la adquirida.	<p><i>Antes</i> Gulf Oil Corporation <i>Después</i> Chevron</p>
Cambio de situación legal	<p><i>Antes</i> López, Pérez y Rodríguez SA de CV. <i>Después</i> López, Pérez y Rodríguez Inc.</p>

Suelen presentarse efectos positivos en: la adopción de iniciales, adopción del nombre de una persona, adopción del nombre del socio de una fusión o de la empresa adquirida, eliminación de un adjetivo limitativo, sustitución de iniciales, simple refinamiento del nombre.

No suele producirse efecto alguno en los siguientes casos: Cambio de descripción, cambio de situación legal, creación de un nuevo nombre, vuelta a un nombre anterior.

Suelen producirse efectos negativos

- Adopción del nombre de una marca.
- Adopción del nombre de quien la adquiere.
- Cambio a nombre descriptivo.

Elementos que debe reunir un buen nombre

- Evocar la identidad de la empresa y revelar las actividades que realiza
- Fácil de pronunciar y recordar.
- Distinguible de los nombres de la competencia.