



Revisita a la fama y el prestigio

El arduo ascenso al Olimpo de las marcas

La 18ª edición de "Las marcas que eligen los empresarios", que Total Argentina Strategic elabora anualmente para Mercado, confirma el liderazgo de Apple, el aprecio del segmento por los hoteles, la tecnología y la industria automotriz y su insatisfacción con los servicios. Quién es quién en la mente del consumidor ejecutivo.

Por Javier Rodríguez Petersen

Para trabajar, una Apple Macintosh. Para dormir, el Palacio Duhau, el Alvear Palace o el Hilton. Para comunicarse, un iPhone o un BlackBerry. Si hay que volar, que sea por Lufthansa. Y que los camiones y utilitarios de la compañía tengan el logo de Mercedes Benz o el de Scania y, sobre todo, lleven neumáticos Michelin. Esas 10 marcas –entre las que hay dos de una misma compañía– son las que mejor calificaron los empresarios en la nueva edición de este "Olimpo de las marcas".

Percepción de calidad, conocimiento y consenso: cómo se traduce la marca en la mente del consumidor. Eso es lo que analiza "Las marcas que eligen los empresarios", la encuesta que Total Argentina Strategic elabora año a año para Mercado con el método *brand value* en un universo especial de consumidores: el de los ejecutivos, decisores del comercio BtoB que representa aproximadamente dos tercios del total de las compras que se hacen en el país.

La medición parte del concepto de *brand equity* tal como lo definió el académico y consultor estadounidense David Aaker en 1991: "El conjunto de activos y pasivos vinculados con una marca, su nombre y su símbolo, que se suman o restan del valor objetivo de un producto o servicio, para una firma y para sus clientes". El modelo de *brand value* se asienta en la convicción de que la calidad

Según pasan los años

La nota promedio con la que los ejecutivos califican aquellos productos que consumen muestra variaciones a lo largo de los años que parecen estar bastante vinculadas con el humor empresarial: a mayor optimismo sobre la economía, las notas suelen ser un poco mejores. En la primera medición del "Olimpo de las marcas", en 1994, la calificación promedio fue de 7,16 puntos; desde entonces fue subiendo hasta alcanzar un pico de 7,39 en 1996 y empezó a caer poco antes de la recesión del 1998 hasta tocar un piso de 6,81 en 2001, cuando terminaba de desatarse una de las más profundas crisis económicas argentinas. En 2002 no hubo encuesta y en 2003 la tendencia empezó a revertirse hasta alcanzar los 7,11 puntos en 2005; retrocedió a 7,06 en 2006; volvió a subir a 7,20 en 2007; cayó a 7,10 en 2008 y a 6,94 en 2009; volvió a subir a 7,04 el año pasado y retrocedió a 6,93 este año, por debajo del promedio histórico.

Las 10 marcas más votadas

Puesto	Marca	Promedio general
1	Computadora personal Apple Macintosh	8,61
2	Hotel Palacio Duhau Park Hyatt	8,58
3	Neumáticos Michelin	8,44
4	Hotel Alvear Palace	8,39
5	Aparato de telefonía celular iPhone	8,29
6	Aparato de telefonía celular BlackBerry	8,27
7	Camiones y utilitarios Mercedes Benz	8,25
8	Línea aérea internacional Lufthansa	8,23
9	Camiones y utilitarios Scania	8,22
10	Hotel Hilton	8,21

percibida de una marca es una medida central de su valor.

Aquí se miden el *overall quality* (puntaje promedio de calidad percibida), la prominencia de la marca (su nivel de conocimiento) y el grado de consenso en cuanto a cómo es calificada; solo se deja de lado la satisfacción del usuario, ya que el tiempo no habría resultado suficiente para incluirla en el cuestionario.

Esta es la 18ª edición del Olimpo de las Marcas en 19 años (no se hizo en 2002, en medio de la crisis). La continuidad permite evaluar no solo la foto sino también la película. Por un lado, interesa saber –más que a nadie, a los responsables de las marcas– quiénes lideran cada categoría y quién es el campeón anual del ranking general. Pero también importa la evolución de la imagen, los avances y retrocesos paulatinos que pueden ayudar a vislumbrar lo acertado o no de determinadas estrategias y, sobre todo, los ascensos y descensos bruscos que muestran un gran éxito o una crisis.

¿Y qué muestra la medición de este año? Muestra que Apple es cada vez más líder, que los sectores que reinan son parecidos a

los de los últimos años, que los directivos empresarios mantienen un particular aprecio por la calidad de los hoteles, las marcas de tecnología y la industria automotriz y cuestionan, en cambio, lo que ofrecen las firmas de servicio, sobre todo de las dedicadas principalmente al BtoB.

El top ten de este año

De las 10 primeras marcas de 2011, hay tres que estuvieron en el *top ten* durante los últimos cinco años y otras dos que desde 2006 solo salieron de los lugares de privilegio un año. Como en los últimos años, la encuesta es encabezada por marcas de tecnología, hoteles y empresas ligadas a la industria automotriz, aunque este año volvió a entrar en el *top ten* una aerolínea internacional. De las 10, cinco tuvieron una mejor nota promedio que en 2010 y las otras cinco empeoraron. La media del *top ten* cayó levemente (pasó de 8,38 a 8,35).

Las computadoras personales Apple Macintosh retuvieron el primer lugar del ranking, en el que ya habían estado en 2010 y 2008 (quedaron segundas en 2009) tras un llamativo 51º puesto en 2007. Pero la empresa de

Las segundas 10 marcas

Puesto	Marca	Promedio general
11	Tarjeta de crédito Visa	8,2
12	Escuela de Negocios IAE Universidad Austral	8,18
13	Medicina prepaga Osde	8,16
14	Notebooks/netbooks Sony Vaio	8,16
15	Hotel Four Seasons	8,13
16	Notebooks/netbooks Macintosh	8,11
17	Camiones y utilitarios Volvo	8,1
18	Escuela de Negocios Universidad de San Andrés	8,1
19	Universidad de San Andrés	8,1
20	Automotores de flota Toyota	8,08

ANÁLISIS | Portada

la manzanita coló esta vez una segunda marca entre las mejor percibidas: los iPhone que dieron quintos, frente al lugar 27 al que habían caído el año pasado tras ocupar la 15ª posición en su debut en 2009.

Segundo en el listado quedó, otra vez, un hotel. Pero esta vez fue el Palacio Duhau Park Hyatt, que había estado sexto el año pasado y tercero en 2009. El Alvear Palace, que había sido primero en 2007 y 2009 y segundo en 2010, ocupó esta vez la cuarta posi-

ción, un lugar en el que ya había estado en 2008. El Duhau fue calificado bastante mejor que el año pasado, mientras que el Alvear cayó levemente. El tercer hotel en el *top ten* es el Hilton, que volvió al grupo de los 10 mejores después de tres años.

El podio lo completó este año Michelin. La marca de neumáticos es una de las que permaneció entre las 10 primeras durante los últimos cinco años, con el añadido de que ocupa esos puestos de privilegio desde la

primera vez que se les pidió a los empresarios que la calificaran.

En el sexto lugar (detrás del Alvear y el iPhone) quedaron los celulares BlackBerry, que entraron al *top ten* en su tercer año después de ocupar las posiciones 16 y 15. El séptimo y el noveno lugar lo ocupan los camiones y utilitarios Mercedes Benz y Scania, respectivamente; los Mercedes están entre los 10 primeros desde hace años; las dos marcas sacaron notas más bajas que en 2010. Octava quedó la

Valor de las marcas 2010. Calificación promedio de calidad.

Puesto	Marca	Promedio general	Puesto	Marca	Promedio general
1	Computadora personal Apple Macintosh	8,61	43	Automotores de flota Ford	7,71
2	Hotel Palacio Duhau Park Hyatt	8,58	44	Combustible Shell	7,70
3	Neumáticos Michelin	8,44	45	Hotel Sheraton Park Tower	7,69
4	Hotel Alvear Palace	8,39	46	Hotel Intercontinental	7,65
5	Aparato de telefonía celular iPhone	8,29	47	Escuela de Negocio Universidad Di Tella	7,64
6	Aparato de telefonía celular BlackBerry	8,27	48	Hotel Plaza Marriott	7,62
7	Camiones y utilitarios Mercedes Benz	8,25	49	Línea aérea de cabotaje Lan	7,59
8	Línea aérea internacional Lufthansa	8,23	50	Neumáticos Bridgestone Firestone	7,58
9	Camiones y utilitarios Scania	8,22	51	Centrales telefónicas Siemens	7,50
10	Hotel Hilton	8,21	52	Escuela de Negocios Universidad Cema	7,49
11	Tarjeta de crédito Visa	8,20	53	Camiones y utilitarios Ford	7,48
12	Escuela de Negocios IAE Universidad Austral	8,18	54	Línea aérea internacional KLM	7,48
13	Medicina prepaga Osde	8,16	55	Aparato de telefonía celular Motorola	7,46
14	Notebooks/netbooks Sony Vaio	8,16	56	Certificadora de calidad IRAM	7,45
15	Hotel Four Seasons	8,13	57	Combustible YPF	7,42
16	Notebooks/netbooks Macintosh	8,11	58	Audidores Ernst & Young	7,40
17	Camiones y utilitarios Volvo	8,10	59	Courier UPS	7,38
18	Escuela de Negocios Universidad de San Andrés	8,10	60	Línea aérea internacional United Airlines	7,38
19	Universidad de San Andrés	8,10	61	Línea aérea internacional American Airlines	7,37
20	Automotores de flota Toyota	8,08	62	Centrales telefónicas Panasonic	7,36
21	Camiones y utilitarios Toyota	8,05	63	Equipos de impresión Xerox	7,35
22	Tarjeta de crédito American Express	8,00	64	Camiones y utilitarios Volkswagen	7,34
23	Universidad ITBA	7,98	65	Seguros de vida Zurich Int. Life	7,33
24	Notebooks/netbooks Dell	7,95	66	Notebooks/netbooks Toshiba	7,33
25	Hotel Caesar Park	7,91	67	Universidad Católica	7,31
26	Hotel Faena	7,91	68	Neumáticos GoodYear	7,30
27	Universidad Austral	7,89	69	Aparato de telefonía celular Samsung	7,25
28	Courier DHL	7,87	70	Computadora personal Lenovo	7,24
29	Hotel Sofitel Arroyo	7,87	71	Medicina prepaga Swiss Medical	7,23
30	Notebooks/netbooks HP	7,87	72	Aparato de telefonía celular Sony Ericsson	7,18
31	Escuela de Negocios Universidad ITBA	7,86	73	Audidores PricewaterhouseCoopers	7,17
32	Equipos de impresión HP	7,84	74	Automotores de flota Renault	7,16
33	Línea aérea internacional British Airways	7,82	75	Universidad de Buenos Aires	7,16
34	Courier Federal Express	7,81	76	Tarjeta de crédito Mastercard	7,15
35	Línea aérea internacionales Lan	7,81	77	Universidad del Cema	7,14
36	Operador logístico DHL	7,80	78	Banca corporativa Citi	7,13
37	Línea aérea internacional Air France	7,78	79	Notebooks/netbooks Lenovo	7,13
38	Computadora personal Dell	7,77	80	Camiones y utilitarios Iveco	7,12
39	Computadora personal HP	7,76	81	Banca corporativa Santander Rio	7,10
40	Universidad Di Tella	7,75	82	Equipos de impresión Epson	7,10
41	Aparato de telefonía celular Nokia	7,72	83	Banca corporativa Galicia	7,09
42	Automotores de flota Volkswagen	7,72	84	Certif. de Calidad B.V.Q.I. - Bureau Veritas Quality Internac.	7,07

ANÁLISIS | Portada

Puesto	Marca	Promedio general
85	Escuela de Negocios Universidad Católica	7,06
86	Automotores de flota General Motors	7,05
87	Seguros de vida Binaria Vida (Grupo Osde)	7,05
88	Seguros generales Mapfre	7,05
89	Medicina prepaga Medicus	7,04
90	Certif. de calidad D.N.V. - Det Norske Veritas	7,01
91	Automotores de flota Chrysler	7,00
92	Notebooks/netbooks Compaq	7,00
93	Seguros de vida Mapfre	6,99
94	Seguros generales Sancor	6,99
95	Neumáticos Pirelli	6,97
96	Auditores Deloitte	6,96
97	Seguros de vida Metropolitan Life	6,96
98	Universidad UADE	6,96
99	Escuela de Negocios EDDE (UADE)	6,94
100	Medicina prepaga Galeno	6,93
101	Hotel Emperador	6,91
102	Seguros generales HSBC La Buenos Aires	6,90
103	Banca corporativa BBVA Banco Francés	6,87
104	Esc. de Negocios Universidad de Buenos Aires	6,86
105	Operador logístico Andreani	6,81
106	Medicina prepaga Omint	6,79
107	Certificadora de calidad S.G.S.	6,78
108	Universidad del Salvador	6,77
109	Equipos de impresión Konica-Minolta	6,76
110	Aparato de telefonía celular HTC (Google)	6,75
111	Courier TNT	6,74
112	Telefonía celular Nextel	6,73
113	Combustible Esso	6,71
114	Centrales telefónicas Nec	6,70
115	Combustible Petrobras	6,70
116	Equipos de impresión Samsung	6,7
117	Equipos de impresión Toshiba	6,70
118	Auditores KPMG	6,69
119	Banca corporativa HSBC	6,68
120	Equipos de impresión Ricoh	6,68
121	Aparato de telefonía celular LG	6,65
122	Telefonía celular Movistar	6,64
123	Banca corporativa Standard Bank	6,63
124	Línea aérea internacional Tam	6,63
125	Seguros Generales Federación Patronal	6,57
126	Computadora personal Acer	6,56
127	Banca corporativa Itaú	6,56
128	ART Mapfre	6,55
129	Seguros generales La Caja	6,52
130	Seguros generales Meridional	6,52
131	Operador logístico Cruz del Sur	6,49
132	Operador logístico Gefco	6,49
133	Certificadora de Calidad TUV Rheinland de Argentina	6,48
134	Empleos temporarios Manpower	6,48
135	ART La Caja	6,46
136	Seguros de vida HSBC Vida	6,46
137	Tarjeta de crédito Tarjeta Naranja	6,44
138	Telefonía celular Personal	6,43
139	Universidad de Belgrano	6,42
140	Equipos de impresión Lexmark	6,40
141	Escuela de Negocios Esade	6,40

Puesto	Marca	Promedio general
142	Empleos temporarios Adecco	6,38
143	Seguros generales La Segunda	6,36
144	Auditores BDO	6,35
145	Neumáticos Fate	6,32
146	Telecomunicaciones: Transmisión de voz Telecom	6,30
147	Banca corporativa Patagonia	6,25
148	Seguros generales San Cristóbal	6,25
149	Banca Corporativa Macro	6,23
150	Automotores de flota Fiat	6,21
151	Banca corporativa Credicoop	6,19
152	Notebooks/netbooks Banghó	6,19
153	Escuela de Negocios Tecnológico de Monterrey	6,18
154	Computadora personal Banghó	6,17
155	Seguros de vida Consolidar Vida	6,16
156	Centrales telefónicas Alcatel	6,14
157	ART Berkley	6,11
158	Banca corporativa Provincia	6,11
159	Telecomunicaciones: Transmisión de voz Telmex	6,10
160	ART Consolidar	6,09
161	ART Prevención	6,07
162	Notebooks/netbooks Asus	6,06
163	ART Liberty	6,05
164	Notebooks/netbooks BGH Positivo	6,04
165	ART Asociart	5,99
166	Línea aérea internacional Iberia	5,99
167	Auditores Crowe Horwath	5,98
168	Banca corporativa Comafi	5,96
169	Empleos temporarios Sesa Select	5,96
170	ART Provincia	5,95
171	Telecomunicaciones: Transmisión de voz Iplan	5,95
172	Seguros de vida Alico	5,92
173	Telecomunicaciones: Transmisión de voz Telefónica	5,91
174	Banca corporativa Nación	5,86
175	Tarjeta de crédito Diners	5,82
176	Empleos temporarios Bayton	5,76
177	Operador logístico Exologística	5,75
178	Telefonía celular Claro	5,75
179	Equipos de impresión Brother	5,75
180	Centrales telefónicas Nortel	5,74
181	Seguros generales Provincia	5,72
182	Seguros de vida Nación	5,67
183	Medicina prepaga Staff Médico	5,66
184	ART CNA	5,64
185	Auditores Grant Thornton	5,63
186	Certificadora de Calidad DQS - (ex UL Argentina)	5,63
187	Notebooks/netbooks Exo	5,43
188	Computadora personal Exo	5,32
189	Línea aérea de cabotaje Aerolíneas Argentinas	5,30
190	Línea aérea internacional Aerolíneas Argentinas	5,28
191	Línea aérea de cabotaje Austral	5,15
192	Operador logístico Calico	4,95
193	Empleos temporarios Guía Laboral	4,89
Promedio		6,93

aerolínea Lufthansa, al borde del séptimo puesto que había logrado en 2007 aunque esta vez mejor puntuada. Y el listado de los 10 lo cierra el Hilton.

Puestos de honor

Del puesto 11 al 15 siguen la tarjeta de crédito Visa (que había quedado quinta el año pasado); la escuela de negocios IAE de la Universidad Austral (19 en 2010); la prepaga Osde; las *notebooks* y *netbooks* de Sony Vaio, y el hotel Four Seasons. Aunque son lugares todavía privilegiados, tanto Osde como Sony Vaio y el Four Seasons registraron en 2011 su peor *performance* desde 2005: en estos seis años, es la primera vez que la prepaga no está en el *top ten*, y lo mismo pasa con las *notebooks* y *netbooks* de Sony, que estuvieron primeras en 2005 y 2006, quintas en 2007, sextas en 2008 y 2009 y novenas el año pasado; el hotel ya había estado 15 en 2006.

Decimosextas quedaron las *notebooks* y *netbooks* de Macintosh (así, los productos Apple representan casi 20% de los 16 mejor calificados), por delante de los camiones y utilitarios Volvo, la escuela de negocios de la Universidad de San Andrés, la propia Universidad de San Andrés y los automotores de flota Toyota.

El promedio de los que ocuparon los puestos 11 al 20 fue levemente inferior al del año pasado, con seis marcas que sacaron notas más bajas y cuatro que la mejoraron. Los 20

primeros de este año estaban el año pasado en alguna de las 25 primeras posiciones del ranking. Y de los que estaban entre los 20 primeros en 2010, solo dos abandonaron ese grupo: el hotel Sofitel Arroyo, que cayó del 20 al 29, y los vuelos internacionales de Lan, que pasaron de la posición 13 a la 35, en la mayor caída entre las marcas líderes.

El listado de los primeros 25 se completa con los camiones y utilitarios Toyota, la tarjeta de crédito American Express, la universidad del ITBA, las *notebooks* y *netbooks* Dell y el hotel Caesar Park. Así, entre las 25 marcas más destacadas hay seis de aparatos tecnológicos (computadoras y teléfonos), seis vinculadas a la industria automotriz (camiones, autos y neumáticos), cinco hoteles, cuatro casas de estudio, dos tarjetas de crédito, una aerolínea y una prepaga.

Los de abajo

Las permanencias también volvieron a darse en el fondo del listado: de las últimas 10, cinco ya ocupaban ese grupo el año pasado, una recién se sumó a las calificaciones este año y las otras cuatro habían estado en 2010 cómodamente del promedio para abajo. Este *bottom ten* promedió 5,32 puntos, 16 décimas por debajo de los 5,48 que habían promediado los últimos en 2010.

La nota más baja la sacó esta vez la empresa de personal temporario Guía Laboral. En orden ascendente siguen el operador logístico

Ranking de categorías.

1	Hotel	7,90
2	Camiones y utilitarios	7,79
3	Courier	7,45
4	Aparatos de telefonía celular	7,45
5	Universidad	7,35
6	Neumáticos	7,32
7	Automotores de flota	7,28
8	Escuela de Negocio	7,27
9	Línea aérea internacional	7,18
10	Combustible	7,13
11	Tarjeta de crédito	7,12
12	Computadora	7,06
13	Notebooks/netbooks	7,02
14	Medicina prepaga	6,97
15	Equipos de impresión	6,81
16	Certificadora de Calidad	6,74
17	Centrales telefónicas	6,69
18	Audidores	6,60
19	Seguros de vida	6,55
20	Banca corporativa	6,51
21	Telefonía celular	6,39
22	Operador logístico	6,38
23	ART	6,10
24	Telecomunicaciones	6,07
25	Línea aérea de cabotaje	6,01
26	Empleos temporarios	5,89

Calico, Austral y Aerolíneas Argentinas (en sus vuelos internacionales y de cabotaje), las computadoras y las *notebooks* y *netbooks* de Exo, la certificadora DQS, la auditoría de Grant Thornton (que registró una de las caídas más fuertes de un año a otro: perdió 28 lugares) y la ART CNA. De las nueve que tenían mediciones anteriores, seis empeoraron con respecto a 2010.

Las que el año pasado estuvieron entre las últimas 10 y este año consiguieron evitar esos lugares son los seguros de vida Provincia (lo hicieron apenas: quedaron 182 de 193), los seguros generales Nación (181), la firma de empleo temporario Bayton (176), la ART Provincia (170) y la banca corporativa Provincia (que pasó del 190 al 158, con uno de las mejoras más notorias de todo el listado). Cuatro de las que salieron del fondo –aunque haya sido por poco– son empresas estatales.

Las 193 marcas calificadas promediaron 6,93 puntos, 11 centésimas menos que las 194 que habían sido medidas el año pasado. Y la diferencia entre la primera y la última creció de 3,66 puntos en 2010 a 3,72 en esta edición del ranking.

Ficha técnica

La investigación para realizar el "Olimpo de las marcas" se realizó con un método conocido como *Brand Value* que presenta tres parámetros. El principal es el de percepción de calidad: cómo ven los empresarios a cada una de las marcas por las que se les pregunta, en un rango que va de uno a 10. El segundo es el de prominencia, que muestra qué porcentaje de los entrevistados cree conocer a una marca lo suficiente como para calificarla (bien o mal). Y el tercero, el de consenso, que señala cuán coincidentes fueron las opiniones: un mayor porcentaje indica que las respuestas fueron similares, incluso si la coincidencia estuvo en criticar una marca.

Este año, la contestaron 301 directivos de empresas. Muchos más de la mitad (62,3%) son gerentes y los demás ocupan jefaturas departamentales o de división (19,5%), otras jefaturas (13,6%) y otros cargos (4,6%). En cuanto a las áreas que representan, 25,2% son de Gerencia

General; 22,2%, de Comercial; 9,6%, de Administrativa, y el resto se divide entre Producción, Relaciones Institucionales, Investigación y Desarrollo, Publicidad, Recursos Humanos, Finanzas y Sistemas.

Del total de consultados, 68,5% se desempeña en empresas con sede en la Capital Federal o Conurbano Bonaerense y el resto representa a firmas del interior. Cuatro de cada 10 (39,1%) están en empresas de hasta 30 empleados; 21,9%, en empresas de entre 31 y 200 empleados; 18,5%, en firmas de entre 201 y 1.000 trabajadores, y el resto (20,5%), en compañías más grandes.

Entre los que respondieron el cuestionario son mayoría los representantes de empresas de servicios (48,7%), seguidos por los de firmas de industria y minería (21,2%), comerciales (18,9%), agropecuarias (4%) y de la construcción (4%); el restante 3,3% es de otras actividades.