

► La calificadora de marcas Superbrands lanzará a fin de mes la versión local de su *topbrands* a nivel mundial ► La publicación tendrá información de los productos más recordados por la gente



ALICIA VERA | www.infobae.com

El proceso de elección de la calificadora Superbrands, que nació hace quince años en Inglaterra, consiste en la detección de las marcas sobresalientes de cada mercado a partir del juicio experto de un panel de especialistas.

Hosacio Filgueira, director de Topbrands, filial de Superbrands en la Argentina, está ajustando los últimos detalles para la presentación en sociedad de esta calificadora para el próximo 28 de noviembre cuando se dé a conocer el libro de los grandes marcas en la Argentina.

El procedimiento de selección es simple y abarca el clásico concepto de top of mind, o sea, aquella marca que figura en la "punta de la lengua" cuando uno pregunta sobre una categoría específica.

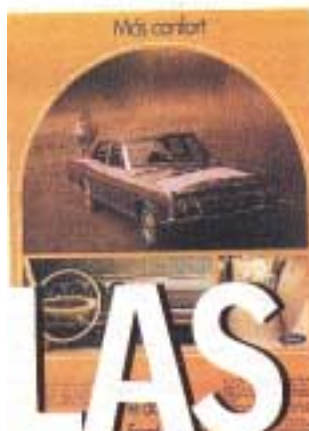
Las respuestas obtenidas por los jurados permiten obtener una puntuación general para cada marca y así se sabe cuáles "califican" como topbrands. No se trata de un ranking sino de un estatus de top. El puntaje final es un secreto guardado bajo siete llaves que sólo tres personas conocen y no revelan para no desarticular la metodología.

Las marcas que resultan seleccionadas acceden al estatus de topbrands. De allí en más tienen la posibilidad de figurar en el libro que se edita en cada mercado. En la publicación cada firma tiene dos páginas para expresarse sobre su historia, coyuntura y atributos.

La edición argentina contará con la presencia de 62 marcas top, tendrá una tirada de 25.000 ejemplares, de las cuales 18.000 quedan para las empresas participantes, 500 se distribuirán en librerías, 2.500 en empujadas argentinas a través de la Fundación Export.Ar y Superbrands International difundirá 4.000 unidades.

Por una limitación del registro, en la Argentina no se puede utilizar la denominación Superbrands porque no está disponible. De todos modos, el término *topbrands* también está presente en otros países como Italia o España.

Localmente, algunas marcas como Noblex, ya están aprovechando la calificación para incluirla en sus avisos publicitarios. Algo similar ocurre con la denominación de marcas confiables que realiza la revista Selecciones, claro que este relevamiento depende no de un grupo de expertos sino de la opinión de los lectores.



LAS MARCAS ARGENTINAS TENDRÁN SU PROPIO LIBRO