

UN JURADO ELEGIRA LAS CIEN DENOMINACIONES TOP DEL PAIS

La carrera de las marcas

La calificadora internacional Superbrands, que acaba de desembarcar en la Argentina, conduce el relevamiento. Se evalúan los logros, la historia, los desarrollos recientes y la comunicación. Prevén editar un libro con los resultados.

POR DANIEL E. SOUSA

Superbrands, una de las más renombradas calificadoras internacionales de marcas, acaba de desembarcar en la Argentina. Al igual que en España e Italia (dos de los 30 países en los que está presente), la compañía adoptó en estos lares la denominación Topbrands, "solo por una cuestión de registro", dicen sus responsables.

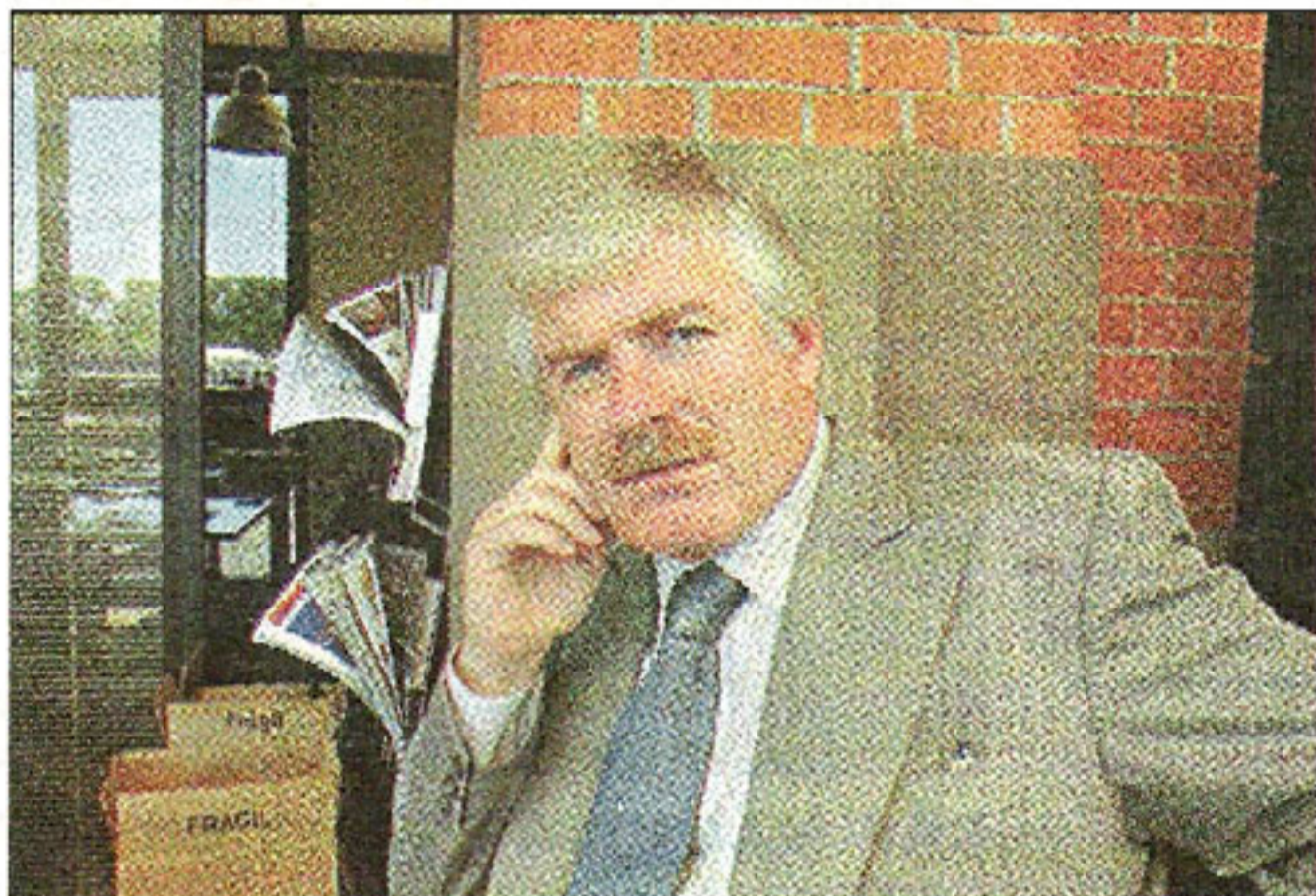
La llegada al país forma parte de una movida de gran envergadura que llevó a Superbrands a abrir este año sus tres primeras filiales en América latina. Además de Buenos Aires, la red está estrenando oficinas en Brasilia y en la ciudad de México. El resto de sus representaciones están ubicadas en Estados Unidos, Francia, Holanda, Rusia, Australia, Tailandia, Egipto, Reino Unido, China, Alemania, Polonia, Singapur y Portugal, entre otros destinos.

¿Por qué Buenos Aires? "Porque nuestro país es uno de los cuatro más importantes de la región en cuanto a marcas, marketing y publicidad", justifica Martín González, presidente de Topbrands Argentina. "No sé por qué razón quedó afuera Chile en el momento de la selección, pero sin duda Brasil, México y Argentina llevan la delantera en Latinoamérica". González define a una *top brand* como una marca que "ofrece ventajas racionales y emocionales sobre sus competidores, las que hacen que un consumidor prefiera sus productos o servicios sobre la competencia, y esté dispuesto a pagar un poco más por ellos". En base a este parámetro, la red desarrolla cada año un testeo para identificar las cien denominaciones líderes en cada uno de los mercados en los que está presente.

CONSEJO DE NOTABLES

El mecanismo de evaluación de las marcas es sencillo. Se conforma un consejo de notables integrado por miembros de agencias de publicidad, empresarios, periodistas y especialistas en marketing, que brindan su opinión sobre las marcas presentes en el país (en Argentina, unas 800), tanto locales como internacionales.

Aquí el jurado tendrá 16 miembros y, aunque la nómina aún no está cerrada, ya se sabe que Constancio



"La Argentina es uno de los líderes de la región en cuanto a desarrollo de marcas", asegura Martín González.

Vigil, Martín Cabrales, Claudio Destéfano y Marcelo Elizondo (Fundación Invertir) estarán entre los votantes. A ellos se sumarán representantes de Unilever, McDonald's, la revista *Chacra* y las agencias Grey y Savaglio/TBWA.

Las marcas son preclasificadas en 16 categorías, que van desde indumentaria y automóviles hasta comestibles, campo y grandes tiendas. A cada una de ellas se le otorga una calificación de uno a diez, no pudiendo participar el votante en los segmentos en los que están presente su propia empresa, sus asociados o competidores directos. Para fines de febrero está previsto el conteo final de los sufragios y el pedido de autorización a las marcas seleccionadas para sumarlas a un libro a editarse a mediados de año, que incluirá un análisis exhaustivo de cada uno de los casos.

-¿Qué es lo que se evalúa, específicamente?

-Se califican los logros de la marca, su presencia en el mercado, su historia, los productos, los desarrollos recientes y el valor que el nombre ha adquirido. La idea es

que el consejo de notables evalúe a primera vista cada marca, sin meditar demasiado, porque si necesita hacerlo aquella ya deja de ser una *top brand*. El reconocimiento de la marca y su opinión sobre ella deben ser instantáneos.

LOS BENEFICIOS

-¿Qué le aporta a una marca esta evaluación?

-Ser líder en la calificación y entrar en el libro le otorga notoriedad a la denominación y reafirma ese nombre en el mercado. Muchas empresas en el mundo lo usan para atraer inversores y ganar clientes.

-¿Qué ocurre con las marcas que no ganan? ¿Piden reserva sobre la posición alcanzada?

-Acá van a participar todas las grandes marcas de la Argentina. De todos modos, cuando hagamos el libro, las ganadoras van a ser presentadas por orden alfabético y no de puntuación. Las marcas que quedan primeras en su categoría podrán usar el logo de Topbrands en su publicidad y su packaging, lo cual las jerarquiza ■

