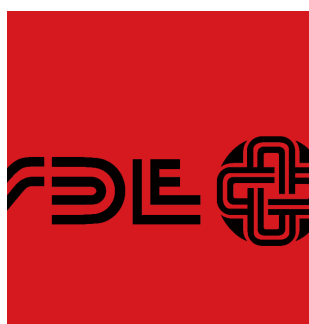


Las que eligen los empresarios



La Undécima Edición de "Las marcas que eligen los empresarios", comisionada por Mercado y elaborada con el método brand value de Total Argentina, revela la percepción que los entrevistados tienen del nivel de calidad de un producto o servicio; el grado de conocimiento sobre cada marca; y el acuerdo o desacuerdo con la calificación de cada una de ellas. Cada categoría tiene su líder. Y el ranking general, su campeón anual.



La undécima edición de esta investigación evalúa 213 actores en 34 categorías de productos y servicios.

En el ranking de las categorías evaluadas, Escuelas de negocios ocupa la octava posición y Universidades, la décima.

Arauca Bit se colocó, por primera vez, liderando la categoría de AFJP, seguida por la del Nación y Consolidar.

ART, empleos temporales y líneas aéreas de cabotaje fueron las categorías evaluadas con más baja nota.

La primera línea aérea internacional es Lufthansa, 21° en la posición general, y al tope de su categoría.

Tres marcas de camiones se adjudican la segunda, tercera y cuarta posición, con muy poca distancia entre ellas.



La categoría mejor calificada fue computadora portátil, con 8,01. Segunda, hoteles con 7,94. Camiones y utilitarios obtuvo 7,93.

63,6% de los 506 encuestados pertenecen a la ciudad de Buenos Aires o al área metropolitana. 36,4% están en el interior.

La computadora personal Apple Macintosh ocupó el séptimo puesto en la general, y los equipos de impresión HP, el décimo.

22,9% de la muestra corresponde a empresas con más de 1.000 empleados. 11,1% a firmas de 201 a 1.000 empleados.

Una empresa de medicina prepaga figura en el sexto lugar en el ranking global; Osde. La única de su segmento en tan encumbrada posición.

La posición top del ranking fue para un producto tecnológico asociado a la calidad de las prestaciones pero también a la excelencia en el diseño: la laptop de Sony Vaio.



En el pelotón de las "segundas 10", hay dos marcas de la informática, dos escuelas de negocios y dos hoteles cinco estrellas.

También dos tarjetas de crédito (Visa y American Express); un courier (Federal Express) y un automóvil (Toyota).

Tres hoteles de cinco estrellas figuran entre las diez primeras marcas: Alvear Palace, Hilton y Four Seasons.

Encuesta |

La sabiduría convencional establece que las marcas son la barrera defensiva contra la competencia de precios. Las que adquieren fortaleza generan más confianza y una imagen de mejor calidad que las menos conocidas. En consecuencia, se argumenta, la gente está más predispuesta a pagar un sobreprecio por ellas.

En verdad, la principal fuerza de una marca radica en su desempeño y no en su promoción. Es, básicamente, una promesa de valor, y como tal debe cumplirse. Pero, en una década, mucha agua ha corrido bajo los puentes. Hoy, no solamente hace falta

suma total de todas las imágenes que la gente tiene en su cabeza sobre una compañía o sobre una marca. Por eso, una marca de lujo se deteriora cuando sus artículos aparecen mezclados entre otros de menor calidad o en una tienda de reputación dudosa.

A veces la gente de marketing no acierta a darse cuenta cuánto tiempo una marca puede quedar pegada a una asociación negativa. La *web* aumentó la capacidad del público para despotricar contra una empresa o un servicio. Por eso ahora, las empresas inteligentes, reconocen la necesi-

castigan a las marcas. El término "*brandalismo*" (o vandalismo de marcas) aparece en inglés para describir la reacción de los consumidores contra las grandes corporaciones que presentan una marca que, a sus ojos, no se conduce como pregona.

Es una manifestación de la frustración del consumidor cuando la promesa de una marca no guarda relación con su conducta. Ejemplo: un día, cerca de la estación Liverpool Street en Londres, una mano anónima modificó un póster de Microsoft donde se leía "De pronto todo encaja" para que quedara "De pronto todo asquea".

El año pasado un artista de Nueva York, Casey Neistat, indignado por la política de reemplazo de baterías del iPod de Apple, borroneó todos los carteles que encontró en Manhattan para que leyeran "las irremplazables baterías de iPod sólo duran 18 meses"; además puso su broma en su sitio *web*, que registró más de un millón de clics. Poco después Apple llamó a Neistat para informarle que habían comenzado un nuevo programa de reemplazo de baterías. Aunque aparentemente esto debería preocupar a las marcas, en realidad las entusiasma, porque de una manera u otra, lo que hace la gente es interactuar con ellas y eso les presenta oportunidades fascinantes.

Todos estos conceptos se reafirman y co-

{ En esta edición se batió el récord de consultados: 506 empresarios, contra 286 del año pasado. provocaron un descenso en el indicador. }

una imagen diferente; requiere además una oferta distinta.

Hace diez años (casi cuando comenzó a hacerse esta investigación anual), las campañas de marca eran vistas como un proceso creativo que se hacía en nombre de un producto. Pero entonces todo era más simple: menos canales y menos competencia en casi todos los productos.

Hoy, *branding* es casi todo. La marca es la

dad de tener rápida capacidad de respuesta a las críticas y también de asegurarse que la marca sea algo coherente en cada una de sus apariciones, aun después de realizada la compra. Todo: las herramientas que se usan para vender, los esfuerzos de relaciones públicas, todo debe reflejar los valores de la marca y transmitir una imagen de marca coherente.

Es que, de lo contrario, los consumidores

"El Valor de las Marcas" a través de la última década

Por Susana Beer (*)



Cuando en 1993 nuestra empresa decide incorporar en Argentina la "Metodología para la Medición del Valor de las Marcas", "*Brand Value*", algunas empresas instaladas en el país (las de vanguardia), recién comenzaban a pensar en cómo hacer para volver inteligibles y mensurables conceptos sobre los que poca gente tenía una respuesta precisa: "cómo asignar un valor a lo intangible".

A este modelo, que se pensó y aplicó desde sus comienzos al universo de la población general, tanto en la Argentina como en el resto de los países del mundo donde

se medía, se le dio luego una vuelta de tuerca, al "*uso nostro*" y se decidió aplicarlo (y "*¿por qué no?*") al mundo del *business to business*.

En última instancia, lo que se hizo fue, por un lado, recortar el universo consultando exclusivamente a "empresas" (o mejor, a personas con cargos jerárquicos en empresas) y acotar la medición a productos y servicios destinados específicamente al uso en el ámbito de los negocios. En 1994, por primera vez en el mundo, esta versión se aplicó gracias a la creativa idea de un periodista de esta revista.

Hay algunos aspectos de esta metodología que han sido mencionados a lo largo

bran vigencia cuando se repara en los resultados de esta undécima encuesta sobre la calidad percibida de las marcas favoritas de los empresarios en el universo del *business to business*.

Novedades y reagrupamiento

Medir el valor de las marcas –usando la metodología *brand value*– es el objeto de esta investigación de Mercado, realizada en sus once versiones por Total Argentina, bajo la dirección de la licenciada Susana Beer.

Los resultados permiten la comparación con los años anteriores, aunque siempre se registran ligeros cambios en cada versión. Continuas y veloces transformaciones obligan a reagrupar algunas de las categorías existentes (especialmente en el campo de la tecnología de la información).

Hace dos años se midieron 32 categorías de productos y servicios y 221 marcas. El año pasado, 39 categorías y 239 marcas. En cambio, esta undécima edición evalúa 213 actores en 34 categorías de productos y servicios.

Este es el segundo año que se incluyen las categorías “camiones y utilitarios” y “automóviles de flota”. Al igual que el año anterior lograron, ambas, calificaciones excelentes. Lo que refleja la percepción de calidad tecnológica que tienen los opinantes frente a

de estos años, pero es conveniente reiterarlos porque son los ejes que permiten trazar un análisis de la evolución de esta investigación.

Las Marcas Líderes (las de mayor calidad percibida) no lo son por la gracia divina, sino porque el mercado les reconoce ese lugar. Es difícil que estas marcas presenten bruscas oscilaciones en sus valores entre una medición y otra, a menos que se produzcan cambios significativos en la categoría. Por lo que, si con la herramienta que se usa, aparecen grandes oscilaciones de un año a otro, es señal que se trata de una herramienta inadecuada.

El *podio de las marcas* se integra con las de

Explicación metodológica

Esta investigación se basa en la conjunción de varios indicadores que permiten comprender el posicionamiento de cada marca en el imaginario de los encuestados. Se conoce como *brand value* y fue desarrollado por Total Argentina para medir el valor de una marca.

Como en los casos anteriores, en esta undécima investigación conjunta Mercado-Total Argentina, se aplican tres de esos indicadores que permiten extraer valiosas conclusiones.

1) La calificación promedio de calidad

Cada marca obtiene un puntaje, de 1 a 10. Revela la percepción de cada uno de los entrevistados sobre el nivel de calidad percibido sobre cada producto o servicio considerado.

2) Conocimiento o prominencia

los productos de la industria automotriz.

En esta edición se batió el récord de consultados: 506 empresarios contestaron la encuesta, contra 286 del año pasado. 63,6% de ellos están asentados en el AMBA, área metropolitana de Buenos Aires. El resto, 36,4% residen en el interior del país. 26,68% de la muestra ocupan la gerencia general; 26,48% se desempeñan en el área comercial; 12,06% en la administrativa; 6,92% en la financiera; y

Se trata del porcentaje de entrevistados que están en condiciones de conocer o de opinar sobre el producto o servicio de que se trate como para estar dispuesto a calificarlo. No implica un juicio de valor.

3) Consenso

Su finalidad es establecer el grado de acuerdo o desacuerdo que los entrevistados tienen con la calificación obtenida por cada marca evaluada. Cuanto mayor resulta el índice, implica mayor acuerdo en torno a la opinión registrada sobre la calidad percibida. Cuando es bajo, explica la discrepancia en torno a la calificación. Debe quedar claro que, en este caso, un índice alto no entraña una percepción positiva de la marca en cuestión. A veces un alto nivel de consenso puede significar también una valoración negativa.

5,93% en la de sistemas. El resto se distribuye entre las áreas publicidad, relaciones institucionales, producción, investigación y desarrollo y recursos humanos.

En la muestra, las empresas con más de 1.000 empleados representan 22,9% del total. Las de 200 a 1.000 empleados, 11,1%. Las de 30 a 200 empleados, 25,3%; y las de menos de 30 empleados, 40,7%.

“mayor valor percibido”; es decir aquellas que superan largamente al promedio de calidad de cada año. Sin embargo, todas aquellas que se ubican por encima de ese valor promedio son consideradas como “marcas de calidad”.

Hay varias cuestiones que es imperioso señalar en relación con este período. Por un lado, la intención es siempre encontrar “*qué es calidad para los empresarios*”; y por el otro, exhibir cómo esta herramienta permite encontrar una correspondencia entre el “clima” del país y el “clima emocional de la gente”.

En el lapso de los 11 años en que se realiza la medición (en el 2002 se interrumpió por razones obvias), se fue incrementando el número de categorías monitoreadas. Sin embargo, en una sola oportunidad (la del 2004), dos nuevas categorías lograron modificar la alternancia de las categorías que desde los orígenes se disputaban las

posiciones de honor entre las 10 o 20 marcas más valoradas.

Modelo de calidad

¿Cuál fue el modelo de calidad para los empresarios entre 1994 y 2003? Los productos/servicios que ocuparon el podio de las 10 marcas de mayor calidad percibida durante ese periodo, fueron principalmente las líneas aéreas internacionales (todas europeas) y los hoteles cinco estrellas. También los productos “tecnológicos” (impresoras, *servers*, fotocopiadoras, centrales telefónicas) y las tarjetas de crédito. En ese lapso entre dos y cinco de los primeros 10 puestos pertenecen a marcas de la aeronavegación comercial: Swissair llegó a ocupar el primer puesto en cuatro oportunidades. La presencia de los hoteles de lujo es una constante: de 1994 al 2001 entre las 10 primeras posiciones encontramos dos puestos ocupados por marcas de

Encuesta |

Novedades y reagrupamiento

Medir el valor de las marcas –usando la metodología *brand value*– es el objeto de esta investigación de Mercado, realizada en sus once versiones por Total Argentina, bajo la dirección de la licenciada Susana Beer.

Los resultados permiten la comparación con los años anteriores, aunque siempre se registran ligeros cambios en cada versión. Continuas y veloces transformaciones obligan a reagrupar algunas de las categorías existentes (especialmente en el campo de la tecnología de la información).

Hace dos años se midieron 32 categorías de productos y servicios y 221 marcas. El año pasado, 39 categorías y 239 marcas. En cambio, esta undécima edición evalúa 213 actores en 34 categorías de productos y servicios.

Este es el segundo año que se incluyen las categorías “camiones y utilitarios” y “automóviles de flota”. Al igual que el año anterior lograron, ambas, calificaciones excelentes. Lo que refleja la percepción de calidad tecnológica que tienen los opinantes frente a los productos de la industria automotriz.

En esta edición se batió el récord de consultados: 506 empresarios contestaron la encuesta, contra 286 del año pasado. 63,6% de ellos están asentados en el AMBA, área metropolitana de Buenos Aires. El resto,

esta categoría, Hyatt y Alvear Palace Hotel. Las tarjetas de crédito figuraban en los primeros diez lugares, especialmente en las primeras mediciones del período. La mejor calificada era American Express.

En 7 de las 11 mediciones encontramos en el *top ten*, al menos una universidad y/o escuela de negocios. En el 2003 aparecieron 3 marcas de esta categoría entre las primeras 10 posiciones.

Pero desde el 2004, cambia ese modelo de calidad con la incorporación de las categorías *camiones y utilitarios* y *automotores de flota*. Marcas como Scania, Toyota, Mercedes Benz y Volvo pasan a ocupar los primeros puestos en percepción de calidad. De hecho, en todas las mediciones que se venían realizando simultáneamente entre la población general, la calidad fue siempre muy valorada para la categoría automotores. De modo que no es extraño que se refleje también en el sector empresarial.

Evolución de la marca promedio

Fue en el apogeo del imperio de la convertibilidad. La primera investigación de las marcas favoritas de los empresarios y de la percepción de calidad en el ámbito del *business to business*, ocurrió en 1994.

La marca media de ese año mereció una calificación de 7,16%. A partir de ese momento comenzó el ascenso: en 1995, 7,20%. En 1996 se obtuvo el registro record: 7,39%.

Algunos sustos provenientes del contexto externo y la intuición de que la bonanza no era eterna, provocaron un descenso en el indicador.

En 1997 se retrocedió al nivel de 1995: 7,20%. Doce meses después, la marca promedio de 1998 se situaría en 7,14%. Desde allí comenzó un sostenido descenso.

En 1999, el registro fue de 7,082. En el 2000, cuando la recesión era ya insistente presencia, se llegó a 7,02%.

Pero lo peor estaba por venir. En 2001, la inminencia del colapso se reflejó en la valoración prome-

36,4% residen en el interior del país. 26,68% de la muestra ocupan la gerencia general; 26,48% se desempeñan en el área comercial; 12,06% en la administrativa; 6,92% en la financiera; y 5,93% en la de sistemas. El resto se distribuye entre las áreas publicidad, relaciones institucionales, producción,

Las marcas de las tradicionales categorías de aerolíneas, tarjetas de crédito, etc., no desaparecen del podio, pero quedan por detrás de estas nuevas clases relevadas.

Hay algunas otras perlititas, tanto en 2004 como en 2005 Sony Vaio irrumpió en el 2º y 1º puesto del ranking general, respectivamente. Lo que permite inferir que a partir de la recuperación económica, la calidad percibida en productos tecnológicos, permite una visión más asociada a productos más sofisticados, de estilo y diseño. La presencia de la computadora personal Apple Macintosh en el séptimo lugar este año, refuerza esta interpretación. Ambas son marcas de diseño, de *nicho*. De cualquier forma, HP, en sus diferentes versiones tiene una presencia casi constante en el *top ten*. Sean equipos de impresión como servers HP aparecen alternativamente en los primeros puestos a lo largo de todas las mediciones.

dio que por primera vez traspasó las fronteras de los 7 puntos. Fue de 6,81%. Seguramente el año siguiente, 2002, hubiera sido peor. Pero en esos meses, ocuparse del tema parecía una irritante frivolidad.

El indicador retornó en 2003 cuando se insinuaba muy tímidamente una recuperación. La marca promedio obtuvo 6,83%, algo por encima del fatídico 2001. Siguió en ascenso durante el año pasado: llegó a 6,89%.

Finalmente este año se volvió a la “normalidad”. Otra vez por encima de los mágicos 7 puntos. La marca promedio de este ranking dio 7,11%. Y tal vez mejore el año próximo.

Con lo cual continúa el debate interminable: cuando el índice sube, ¿es porque se percibe mayor calidad o porque hay más optimismo sobre el desempeño general de la economía?. O bien, cuando el índice baja, ¿es que se deteriora la calidad ofertada o es que campea el pesimismo?

investigación y desarrollo y recursos humanos.

En la muestra, las empresas con más de 1.000 empleados representan 22,9% del total. Las de 200 a 1.000 empleados, 11,1%. Las de 30 a 200 empleados, 25,3%; y las de menos de 30 empleados, 40,7%.

Los promedios históricos de calidad percibida y su relación con los hechos del país.

Entre el '94 y el 2000, los altos valores promedio que se sostienen por encima de 7 puntos, muestran el optimismo generado por la convertibilidad y la creencia (ilusoria) de formar parte del primer mundo. La medición del 2001 y del 2003, con el amesetamiento de los valores promedio, revelan la profunda crisis vivida por la Argentina en esos años. Finalmente, las dos últimas mediciones registran el crecimiento de las expectativas en los últimos tiempos. **M**

* Directora de Total Argentina.

Encuesta |

Valor de las Marcas 2005 | Calificación promedio de calidad

| Posición | Empresa | Promedio | Posición | Empresa | Promedio |
|----------|---|----------|----------|--|----------|
| 1 | Computadoras portátiles (lap top) Sony Vaio | 8,60 | 55 | Escuelas de negocios Universidad ITBA | 7,70 |
| 2 | Camiones y utilitarios Mercedes Benz | 8,51 | 56 | Courier UPS | 7,67 |
| 3 | Camiones y Utilitarios Scania | 8,48 | 57 | Centrales telefónicas Panasonic | 7,65 |
| 4 | Camiones y utilitarios Volvo | 8,43 | 58 | Medicina prepaga Swiss Medical | 7,64 |
| 5 | Hotel Alvear Palace | 8,40 | 59 | Computadoras portátiles (lap top) Toshiba | 7,64 |
| 6 | Medicina prepaga OSDE | 8,39 | 60 | Hotel Park Tower | 7,63 |
| 7 | Computadora personal Apple Macintosh | 8,35 | 61 | Automotores de flota Renault Argentina | 7,63 |
| 8 | Hotel Hilton | 8,33 | 62 | Aparato de telefonía celular Sony Ericsson | 7,62 |
| 9 | Hotel Four Seasons | 8,29 | 63 | Aplicaciones de software corporativo Microsoft | 7,61 |
| 10 | Equipos de impresión HP | 8,27 | 64 | Aplicaciones de software corporativo IBM | 7,59 |
| 11 | Computadora personal HP | 8,21 | 65 | Audidores Ernst & Young | 7,59 |
| 12 | Escuelas de negocios IAE Universidad Austral | 8,20 | 66 | Audidores Price Waterhouse Coopers | 7,57 |
| 13 | Hotel Sheraton Park Tower | 8,18 | 67 | Universidad Cema | 7,57 |
| 14 | Tarjeta de crédito Visa | 8,17 | 68 | Servers Compaq | 7,55 |
| 15 | Escuelas de negocios Universidad de San Andrés | 8,17 | 69 | Aplicaciones de software corporativo Oracle / People Soft | 7,53 |
| 16 | Computadoras portátiles (lap top) Macintosh | 8,16 | 70 | Seguros de vida Zurich Int. Life | 7,53 |
| 17 | Courier Federal Express | 8,15 | 71 | Escuelas de negocios Universidad Di Tella | 7,52 |
| 18 | Tarjeta de crédito American Express | 8,14 | 72 | Combustibles Shell | 7,52 |
| 19 | Hotel Sheraton | 8,13 | 73 | Certificadoras de Calidad IRAM | 7,46 |
| 20 | Automotores de flota Toyota Argentina | 8,13 | 74 | Universidad Di Tella | 7,43 |
| 21 | Líneas aéreas internacionales Lufthansa | 8,09 | 75 | Consultora McKinsey | 7,43 |
| 22 | Servers IBM | 8,08 | 76 | Equipos de impresión Epson | 7,42 |
| 23 | Universidad Austral | 8,06 | 77 | Universidad Católica | 7,42 |
| 24 | Centrales telefónicas Siemens | 8,04 | 78 | Consultora Booz Allen & Hamilton | 7,41 |
| 25 | Hotel Caesar Park | 8,02 | 79 | Hotel Faena | 7,36 |
| 26 | Universidad San Andrés | 8,02 | 80 | Computadora personal Dell | 7,36 |
| 27 | Hotel Sofitel | 7,98 | 81 | Escuelas de negocios Universidad Cema | 7,34 |
| 28 | Servers HP | 7,97 | 82 | Medicina prepaga Medicus | 7,34 |
| 29 | Hotel Intercontinental | 7,96 | 83 | Fax Xerox | 7,33 |
| 30 | Aplicaciones de software corporativo SAP | 7,95 | 84 | Automotores de flota General Motors | 7,33 |
| 31 | Combustibles Repsol YPF | 7,95 | 85 | Proveedores de internet Fibertel | 7,32 |
| 32 | Universidad ITBA | 7,95 | 86 | Camiones y utilitarios Volkswagen Argentina | 7,31 |
| 33 | Líneas aéreas internacionales British Airways | 7,94 | 87 | Tarjeta de crédito Mastercard | 7,31 |
| 34 | Computadora personal IBM | 7,93 | 88 | Combustibles Petrobras | 7,30 |
| 35 | Aparato de telefonía celular Motorola | 7,92 | 89 | Certif. de calidad B.V.Q.I. - Bureau Veritas Quality Internac. | 7,29 |
| 36 | Computadoras portátiles (lap top) IBM Think Pad | 7,92 | 90 | Escuelas de negocios Universidad de Buenos Aires | 7,28 |
| 37 | Fax Panasonic | 7,90 | 91 | Universidad de Buenos Aires | 7,28 |
| 38 | Camiones y utilitarios Toyota Argentina | 7,88 | 92 | Líneas aéreas internacionales LAN | 7,27 |
| 39 | Hotel Plaza Marriot | 7,87 | 93 | Audidores KPMG | 7,21 |
| 40 | Computadora personal Compaq | 7,87 | 94 | Consultora IBM Consulting | 7,20 |
| 41 | Aparato de telefonía celular Nokia | 7,84 | 95 | Escuelas de negocios Universidad Católica | 7,19 |
| 42 | Automotores de flota Ford Argentina | 7,83 | 96 | Certificadoras de calidad D.N.V. - Det Norske Veritas | 7,19 |
| 43 | Automotores de flota Chrysler | 7,82 | 97 | Consultora Boston Consulting | 7,19 |
| 44 | Líneas aéreas internacionales Air France | 7,81 | 98 | Audidores Deloitte | 7,19 |
| 45 | Equipos de impresión Xerox | 7,81 | 99 | Centrales telefónicas NEC | 7,18 |
| 46 | Líneas aéreas internacionales United Airlines | 7,77 | 100 | Consultora Accenture | 7,17 |
| 47 | Automotores de flota Volkswagen Argentina | 7,75 | 101 | Banca Corporativa del Banco HSBC | 7,17 |
| 48 | Camiones y utilitarios Ford Argentina | 7,75 | 102 | Camiones y utilitarios Iveco | 7,17 |
| 49 | Líneas aéreas internacionales American Airlines | 7,75 | 103 | Servers Silicon Graphics | 7,16 |
| 50 | Computadoras portátiles (lap top) Compaq | 7,74 | 104 | Hotel Emperador | 7,15 |
| 51 | Courier DHL | 7,73 | 105 | Escuelas de negocios EDDE (UADE) | 7,13 |
| 52 | Servers SUN Microsystems | 7,72 | 106 | Courier TNT | 7,11 |
| 53 | Líneas aéreas internacionales KLM | 7,71 | 107 | Combustibles Esso | 7,10 |
| 54 | Telefonía celular Nextel | 7,71 | 108 | Seguros generales La Caja | 7,10 |

Encuesta |

Valor de las Marcas 2005 | Calificación promedio de calidad

| Posición | Empresa | Promedio | Posición | Empresa | Promedio |
|----------|--|----------|-------------------------|--|-------------|
| 109 | Centrales telefónicas Lucent | 7,09 | 163 | Proveedores de internet Arnet Highway | 6,52 |
| 110 | Medicina prepaga OMINT | 7,07 | 164 | Empleos temporarios Adecco | 6,52 |
| 111 | Universidad UADE | 7,06 | 165 | Aparato de telefonía celular LG | 6,50 |
| 112 | Fax Toshiba | 7,06 | 166 | Proveedores de internet Speedy | 6,50 |
| 114 | Certificadoras de calidad TUV Rheinland de Argentina | 7,06 | 167 | AFJP Metropolitan Life | 6,48 |
| 113 | Telecomunicaciones: transmisión de datos Impsat | 7,06 | 168 | Equipos de impresión Lexmark | 6,48 |
| 115 | Medicina prepaga SPM / TIM / Galeno Life | 7,05 | 169 | Banca corporativa del Banco Macro Bansud | 6,46 |
| 116 | Universidad del Salvador | 7,03 | 170 | Seguros generales Federación Patronal | 6,44 |
| 117 | Equipos de impresión Ricoh | 6,98 | 171 | Seguros de vida Alico | 6,43 |
| 118 | Servers Unisys | 6,98 | 172 | Aplicaciones de software corporativo Sybase | 6,43 |
| 119 | Banca corporativa del BBVA Banco Francés | 6,95 | 173 | Proveedores de internet Millicon - Ertach | 6,42 |
| 120 | Líneas aéreas internacionales Varig | 6,95 | 174 | Seguros de vida Nación | 6,41 |
| 121 | AFJP Arauca Bit | 6,94 | 175 | Tarjeta de crédito Naranja | 6,41 |
| 122 | Seguros de vida Metropolitan Life | 6,94 | 176 | Líneas aéreas internacionales Iberia | 6,40 |
| 123 | ART La Caja | 6,93 | 177 | Telecomunicaciones: transmisión de voz - Telefónica | 6,37 |
| 124 | Operador Logístico Andreani | 6,93 | 178 | ART AsociarT | 6,36 |
| 125 | Banca corporativa del BankBoston | 6,93 | 179 | Telefonía celular Personal | 6,36 |
| 126 | Seguros generales Sancor | 6,92 | 180 | Banca corporativa del Banco Credicoop | 6,35 |
| 127 | Banca corporativa del Banco Río | 6,91 | 181 | ART Liberty | 6,34 |
| 128 | Correo Andreani | 6,89 | 182 | Telecomunic.: transmisión de datos Millicon - Ertach | 6,33 |
| 129 | Seguros Generales La Buenos Aires | 6,86 | 183 | Equipos de impresión Kyocera Mita | 6,33 |
| 130 | Telecomunicaciones: transmisión de datos Telmex | 6,86 | 184 | Tarjeta de crédito Diners | 6,33 |
| 131 | AFJP Nación | 6,85 | 185 | Computadora personal ACER | 6,32 |
| 132 | Certif. de calidad U. L. - Underwriters Laboratories INC | 6,85 | 186 | Proveedores de internet Flash | 6,31 |
| 133 | Telecomunicaciones: transmisión de voz Telmex | 6,84 | 187 | Empleos temporarios Bayton | 6,30 |
| 134 | Empleos temporarios Manpower | 6,84 | 188 | AFJP Orígenes | 6,25 |
| 135 | Líneas aéreas de cabotaje LAN | 6,82 | 189 | Seguros generales La Segunda | 6,20 |
| 136 | Equipos de impresión Canon | 6,82 | 190 | AFJP Máxima | 6,20 |
| 137 | ART Mapfre | 6,79 | 191 | Banca corporativa del Banco Comafi | 6,20 |
| 138 | Operador logístico Ryder | 6,79 | 192 | Proveedores de Internet Datco | 6,18 |
| 139 | Auditores BDO | 6,79 | 193 | Operador logístico Gefco | 6,14 |
| 140 | Equipos de impresión Toshiba | 6,79 | 194 | Seguros de vida Siembra | 6,12 |
| 141 | Telefonía celular Movistar | 6,78 | 195 | Centrales telefónicas Alcatel | 6,11 |
| 142 | Correo OCA | 6,76 | 196 | Proveedores de internet UOL | 6,11 |
| 143 | Líneas aéreas internacionales Aerolíneas Argentinas | 6,76 | 197 | Banca corporativa del Banco Nación | 6,10 |
| 144 | Telecomunicaciones: transmisión de datos Comsat | 6,75 | 198 | Aparato de telefonía celular Kyocera | 6,10 |
| 145 | Universidad de Belgrano | 6,74 | 199 | Aparato de telefonía celular Philips | 6,06 |
| 146 | Centrales telefónicas Nortel | 6,74 | 200 | Líneas aéreas de cabotaje Austral | 6,05 |
| 147 | Medicina prepaga Qualitas | 6,73 | 201 | Banca corporativa del Banco Patagonia | 6,04 |
| 148 | Operador logístico Cruz del Sur | 6,72 | 202 | Banca corporativa del Banco Provincia | 5,99 |
| 149 | Líneas aéreas de cabotaje Aerolíneas Argentinas | 6,71 | 203 | Telefonía celular CTI | 5,95 |
| 150 | Banca corporativa del Banco Citibank | 6,71 | 204 | Operador Logístico Román | 5,95 |
| 151 | Correo Argentino | 6,70 | 205 | Seguros generales Provincia | 5,95 |
| 152 | AFJP Consolidar | 6,64 | 206 | Telecomunicaciones: transmisión de datos Datco | 5,92 |
| 153 | Telecomunicaciones: transmisión de voz Iplan | 6,63 | 207 | ART Provincia | 5,91 |
| 154 | Telecomunicaciones: transmisión de datos Datamarkets | 6,62 | 208 | Proveedores de internet Sky Online / Netizen | 5,90 |
| 155 | Banca corporativa del Banco ABN Amro Bank | 6,60 | 209 | Empleos temporarios Sesa Select | 5,65 |
| 156 | Banca corporativa del Banco Galicia | 6,59 | 210 | Aparato de telefonía celular Alcatel | 5,47 |
| 157 | ART Berkley | 6,59 | 211 | ART CNA | 5,43 |
| 158 | ART Consolidar | 6,56 | 212 | Tarjeta de crédito Provencred | 5,05 |
| 159 | Seguros generales San Cristóbal | 6,53 | 213 | Líneas aéreas de cabotaje Southern Winds | 4,96 |
| 160 | Automotores de flota Fiat Auto Argentina | 6,53 | | | |
| 161 | Operador logístico Exel | 6,53 | | | |
| 162 | Telecomunicaciones: transmisión de voz Telecom | 6,53 | | | |
| | | | Promedio General | | 7,11 |

Encuesta |

Valor de las Marcas 2005 | Prominencia

| Posición | Empresa | Prominencia | Posición | Empresa | Prominencia |
|----------|---|-------------|----------|---|-------------|
| 1 | Combustibles Repsol YPF | 94,66 | 55 | Seguros generales La Caja | 71,74 |
| 2 | Tarjeta de crédito Visa | 91,90 | 56 | Líneas aéreas de cabotaje Austral | 71,54 |
| 3 | Aparato de telefonía celular Motorola | 91,50 | 57 | Banca corporativa del BBVA Banco Francés | 71,54 |
| 4 | Correo Argentino | 89,53 | 58 | Tarjeta de crédito Diners | 71,15 |
| 5 | Medicina prepaga OSDE | 88,93 | 59 | Líneas aéreas internacionales LAN | 70,55 |
| 6 | Equipos de impresión Epson | 88,34 | 60 | Camiones y Utilitarios Scania | 70,55 |
| 7 | Computadora personal HP | 88,34 | 61 | Automotores de flota Chrysler | 70,36 |
| 8 | Tarjeta de crédito American Express | 87,15 | 62 | Computadoras portátiles (lap top) Toshiba | 69,96 |
| 9 | Automotores de flota Renault Argentina | 86,96 | 63 | Universidad del Salvador | 69,57 |
| 10 | Combustibles Shell | 86,96 | 64 | Equipos de impresión Lexmark | 69,37 |
| 11 | Líneas aéreas internac. Aerolíneas Argentinas | 86,76 | 65 | Banca corporativa del BankBoston | 69,37 |
| 12 | Equipos de impresión HP | 86,56 | 66 | Hotel Sofitel | 68,97 |
| 13 | Correo Andreani | 86,17 | 67 | Camiones y utilitarios Toyota Argentina | 68,77 |
| 14 | Telefonía celular CTI | 85,57 | 68 | Líneas aéreas internacionales Varig | 68,58 |
| 15 | Tarjeta de crédito Mastercard | 85,38 | 69 | Banca corporativa del Banco Citibank | 68,58 |
| 16 | Combustibles Esso | 85,18 | 70 | Universidad San Andrés | 68,38 |
| 17 | Hotel Sheraton | 84,98 | 71 | Proveedores de internet Fibertel | 68,38 |
| 18 | Telefonía celular Personal | 83,99 | 72 | Camiones y utilitarios Volkswagen Argentina | 68,18 |
| 19 | Telefonía celular Movistar | 83,79 | 73 | Banca Corporativa del Banco HSBC | 68,18 |
| 20 | Camiones y utilitarios Mercedes Benz | 83,79 | 74 | Operador Logístico Andreani | 67,79 |
| 21 | Aparato de telefonía celular Nokia | 82,61 | 75 | Courier Federal Express | 67,59 |
| 22 | Automotores de flota Volkswagen Argentina | 81,03 | 76 | Computadoras portátiles (lap top) IBM Think Pad | 67,39 |
| 23 | Computadora personal Compaq | 80,83 | 77 | Banca corporativa del Banco Galicia | 67,19 |
| 24 | Universidad de Buenos Aires | 80,04 | 78 | Camiones y utilitarios Volvo | 67,19 |
| 25 | Aparato de telefonía celular Sony Ericsson | 79,84 | 79 | Líneas aéreas internacionales British Airways | 67,19 |
| 26 | Computadora personal IBM | 79,84 | 80 | Computadora personal Apple Macintosh | 66,80 |
| 27 | Hotel Hilton | 79,84 | 81 | Líneas aéreas de cabotaje Southern Winds | 66,60 |
| 28 | Automotores de flota General Motors | 79,64 | 82 | Escuelas de negocios Universidad de San Andrés | 66,60 |
| 29 | Líneas aéreas de cabotaje Aerolíneas Argentinas | 79,64 | 83 | Audidores Price Waterhouse Coopers | 66,01 |
| 30 | Automotores de flota Ford Argentina | 79,25 | 84 | Aparato de telefonía celular Kyocera | 65,22 |
| 31 | Correos Oca | 79,25 | 85 | Líneas aéreas internacionales Lufthansa | 65,22 |
| 32 | Automotores de flota Fiat Auto Argentina | 78,66 | 86 | Líneas aéreas internacionales Iberia | 65,22 |
| 33 | Fax Panasonic | 78,46 | 87 | Proveedores de internet Arnet Highway | 65,22 |
| 34 | Telefonía celular Nextel | 77,87 | 88 | Telecomunicaciones: transmisión de voz Telecom | 65,02 |
| 35 | Automotores de flota Toyota Argentina | 77,67 | 89 | Medicina prepaga Medicus | 65,02 |
| 36 | Computadoras portátiles (lap top) Compaq | 77,27 | 90 | Hotel Caesar Park | 64,82 |
| 37 | Camiones y utilitarios Ford Argentina | 76,88 | 91 | Camiones y utilitarios Iveco | 64,03 |
| 38 | Centrales telefónicas Siemens | 76,48 | 92 | Servers IBM | 64,03 |
| 39 | Universidad de Belgrano | 76,48 | 93 | Hotel Intercontinental | 63,64 |
| 40 | Líneas aéreas internacionales American Airlines | 76,48 | 94 | Escuelas de negocios Universidad Católica | 63,44 |
| 41 | Medicina prepaga Swiss Medical | 75,49 | 95 | Líneas aéreas de cabotaje LAN | 62,85 |
| 42 | Banca corporativa del Banco Río | 75,10 | 96 | Líneas aéreas internacionales Air France | 62,85 |
| 43 | Hotel Alvear Palace | 74,70 | 97 | Certificadoras de Calidad IRAM | 62,65 |
| 44 | Universidad Católica | 74,51 | 98 | Medicina prepaga SPM / TIM / Galeno Life | 62,65 |
| 45 | Hotel Sheraton Park Tower | 74,31 | 99 | Courier DHL | 62,65 |
| 46 | Universidad Austral | 73,52 | 100 | AFJP Máxima | 62,65 |
| 47 | Equipos de impresión Xerox | 73,52 | 101 | Universidad Di Tella | 61,86 |
| 48 | Líneas aéreas internacionales United Airlines | 73,52 | 102 | Aplicaciones de software Corporativo IBM | 61,86 |
| 49 | Centrales telefónicas Panasonic | 73,32 | 103 | Proveedores de internet Speedy | 61,66 |
| 50 | Computadoras portátiles (lap top) Sony Vaio | 72,92 | 104 | AFJP Nación | 61,07 |
| 51 | Universidad UADE | 72,92 | 105 | Equipos de impresión Canon | 61,07 |
| 52 | Aplicaciones de software corporativo Microsoft | 72,13 | 106 | Proveedores de internet UOL | 60,47 |
| 53 | Combustibles Petrobras | 71,94 | 107 | Empleos temporarios Manpower | 60,47 |
| 54 | Escuelas de negocios IAE Universidad Austral | 71,94 | 108 | Computadoras portátiles (lap top) Macintosh | 60,28 |

Encuesta |

Valor de las Marcas 2005 | Prominencia

| Posición | Empresa | Prominencia | Posición | Empresa | Prominencia |
|----------|---|-------------|-------------------------|---|--------------|
| 109 | Hotel Four Seasons | 60,08 | 163 | Certif. de calidad B.V.Q.I.-Bureau Veritas Quality Inter. | 45,06 |
| 110 | Banca corporativa del Banco Credicoop | 59,88 | 164 | Seguros generales Federación Patronal | 44,66 |
| 111 | Aparato de telefonía celular Alcatel | 59,68 | 165 | Seguros de vida Nación | 44,27 |
| 112 | Audidores Ernst & Young | 59,29 | 166 | Seguros generales Provincia | 44,27 |
| 113 | Fax Xerox | 59,29 | 167 | Equipos de impresión Ricoh | 43,87 |
| 114 | Seguros Generales La Buenos Aires | 59,09 | 168 | Medicina prepaga Qualitas | 43,48 |
| 115 | Escuelas de negocios Universidad Di Tella | 59,09 | 169 | Empleos temporarios Adecco | 43,28 |
| 116 | AFJP Consolidar | 58,70 | 170 | Servers SUN Microsystems | 42,49 |
| 117 | Telecomunic.: transmisión de voz-Telefónica | 57,51 | 171 | Banca corporativa del Banco ABN Amro Bank | 42,29 |
| 118 | Seguros de vida Zurich Int. Life | 57,31 | 172 | Courier TNT | 41,90 |
| 119 | Banca corporativa del Banco Nación | 57,31 | 173 | Seguros generales La Segunda | 41,70 |
| 120 | Seguros de vida Metropolitan Life | 57,11 | 174 | Consultora IBM Consulting | 41,70 |
| 121 | Escuelas de negocios Universidad de Buenos Aires | 56,72 | 175 | Consultora Boston Consulting | 41,11 |
| 122 | Servers HP | 56,52 | 176 | Banca corporativa del Banco Patagonia | 39,92 |
| 123 | AFJP Orígenes | 56,52 | 177 | Equipos de impresión Kyocera Mita | 39,13 |
| 124 | Servers Compaq | 56,13 | 178 | ART Provincia | 38,74 |
| 125 | Escuelas de negocios EDDE (UADE) | 56,13 | 179 | Banca corporativa del Banco Comafi | 38,54 |
| 126 | Universidad ITBA | 55,53 | 180 | Tarjeta de crédito Provencred | 37,94 |
| 127 | Seguros generales Sancor | 55,34 | 181 | ART AsociarT | 37,75 |
| 128 | Computadora personal Dell | 54,55 | 182 | Telecomunicaciones: transmisión de voz Telmex | 36,96 |
| 129 | Aplicaciones de software corporativo SAP | 54,35 | 183 | Telecomunic.: transmisión de datos Datamarkets | 36,36 |
| 130 | AFJP Arauca Bit | 54,15 | 184 | Telecomunic.: transmisión de voz Iplan | 35,77 |
| 131 | Escuelas de negocios Universidad Cema | 54,15 | 185 | ART Liberty | 35,18 |
| 132 | AFJP Metropolitan Life | 53,95 | 186 | Telecomunic.: transmisión de datos Telmex | 34,98 |
| 133 | Computadora personal ACER | 53,95 | 187 | Certif. de calidad D.N.V.-Det Norske Veritas | 34,39 |
| 134 | Audidores Deloitte | 53,95 | 188 | Consultora Mckinsey | 34,19 |
| 135 | Medicina prepaga OMINT | 53,75 | 189 | Centrales telefónicas Lucent | 33,60 |
| 136 | Fax Toshiba | 53,36 | 190 | Servers Unisys | 32,61 |
| 137 | ART Consolidar | 53,16 | 191 | Seguros de vida Alico | 32,61 |
| 138 | Aplicac. de software corporativo Oracle / People Soft | 52,17 | 192 | ART Berkley | 32,21 |
| 139 | Hotel Faena | 51,58 | 193 | Consultora Booz Allen & Hamilton | 32,21 |
| 140 | Courier UPS | 51,38 | 194 | Centrales telefónicas Nortel | 31,42 |
| 141 | Universidad Cema | 51,19 | 195 | Proveedores de internet Millicon - Ertach | 31,23 |
| 142 | Hotel Park Tower | 50,99 | 196 | Proveedores de internet Sky Online / Netizen | 30,24 |
| 143 | Aparato de telefonía celular LG | 50,40 | 197 | Audidores BDO | 29,84 |
| 144 | Equipos de impresión Toshiba | 50,20 | 198 | Telecomunicaciones: transmisión de datos Comsat | 29,25 |
| 145 | Aparato de telefonía celular Philips | 49,80 | 199 | Servers Silicon Graphics | 28,85 |
| 146 | Proveedores de Internet Flash | 49,80 | 200 | Empleos temporarios Bayton | 28,85 |
| 147 | Telecomunicaciones: transmisión de datos Impsat | 49,41 | 201 | Telecomunic.: transmisión de datos Millicon - Ertach | 28,85 |
| 148 | Escuelas de negocios Universidad ITBA | 49,41 | 202 | Operador logístico Cruz del Sur | 27,87 |
| 149 | Hotel Emperador | 49,21 | 203 | Operador logístico Ryder | 25,30 |
| 150 | Líneas aéreas internacionales KLM | 48,62 | 204 | Empleos temporarios Sesa Select | 25,30 |
| 151 | Banca corporativa del Banco Macro Bansud | 48,42 | 205 | Certif. de calidad TUV Rheinland de Argentina | 24,70 |
| 152 | Centrales telefónicas NEC | 48,22 | 206 | Operador logístico Exel | 23,52 |
| 153 | Tarjeta de crédito Naranja | 48,22 | 207 | Telecomunicaciones: transmisión de datos Datco | 22,92 |
| 154 | Banca corporativa del Banco Provincia | 48,02 | 208 | Proveedores de Internet Datco | 22,92 |
| 155 | ART La Caja | 47,43 | 209 | Aplicaciones de software corporativo Sybase | 22,53 |
| 156 | Seguros de vida Siembra | 47,04 | 210 | ART CNA | 21,54 |
| 157 | Centrales telefónicas Alcatel | 46,84 | 211 | Certif. de calidad U.L.-Underwriters Laboratories INC | 18,38 |
| 158 | Hotel Marriott | 46,84 | 212 | Operador logístico Gefco | 16,80 |
| 159 | Audidores KPMG | 46,25 | 213 | Operador Logístico Román | 16,40 |
| 160 | ART Mapfre | 45,65 | | | |
| 161 | Seguros generales San Cristóbal | 45,26 | | | |
| 162 | Consultora Accenture | 45,26 | | | |
| | | | Promedio General | | 58,63 |

Encuesta |

Valor de las Marcas 2005 | Consenso

| Posición | Empresa | Consenso | Posición | Empresa | Consenso |
|----------|--|----------|----------|---|----------|
| 1 | Hotel Sheraton Park Tower | 88,06 | 55 | Escuelas de negocios Universidad de San Andrés | 85,29 |
| 2 | Automotores de flota Toyota Argentina | 87,82 | 56 | Escuelas de negocios IAE Universidad Austral | 85,26 |
| 3 | Automotores de flota Renault Argentina | 87,64 | 57 | Líneas aéreas internacionales American Airlines | 85,15 |
| 4 | Camiones y utilitarios Mercedes Benz | 87,62 | 58 | Combustibles Esso | 85,09 |
| 5 | Automotores de flota Volkswagen Argentina | 87,43 | 59 | Universidad ITBA | 85,07 |
| 6 | Camiones y Utilitarios Scania | 87,42 | 60 | Centrales telefónicas Lucent | 85,05 |
| 7 | Hotel Intercontinental | 87,38 | 61 | Computadoras portátiles (lap top) Toshiba | 85,04 |
| 8 | Hotel Four Seasons | 87,33 | 62 | Servers SUN Microsystems | 84,97 |
| 9 | Hotel Alvear Palace | 87,31 | 63 | Combustibles Petrobras | 84,94 |
| 10 | Camiones y utilitarios Volvo | 87,04 | 64 | Universidad Católica | 84,93 |
| 11 | Camiones y utilitarios Iveco | 87,00 | 65 | Correo Argentino | 84,91 |
| 12 | Hotel Hilton | 86,91 | 66 | Aparato de telefonía celular Nokia | 84,84 |
| 13 | Hotel Sofitel | 86,90 | 67 | Courier Federal Express | 84,82 |
| 14 | Hotel Sheraton | 86,84 | 68 | Medicina prepaga SPM / TIM / Galeno Life | 84,78 |
| 15 | Universidad Austral | 86,60 | 69 | Telecomunicaciones: transmisión de datos Comsat | 84,75 |
| 16 | Computadoras portátiles (lap top) Sony Vaio | 86,60 | 70 | Líneas aéreas internacionales Varig | 84,74 |
| 17 | Servers IBM | 86,59 | 71 | Aparato de telefonía celular Sony Ericsson | 84,72 |
| 18 | Medicina prepaga OSDE | 86,54 | 72 | Equipos de impresión Ricoh | 84,69 |
| 19 | Equipos de impresión Xerox | 86,52 | 73 | Aplicaciones de software corporativo SAP | 84,69 |
| 20 | Automotores de flota Ford Argentina | 86,49 | 74 | Proveedores de internet Fibertel | 84,68 |
| 21 | Universidad San Andrés | 86,41 | 75 | Aparato de telefonía celular Motorola | 84,60 |
| 22 | Computadora personal HP | 86,33 | 76 | Consultora Booz Allen & Hamilton | 84,57 |
| 23 | Líneas aéreas internacionales Lufthansa | 86,31 | 77 | Universidad del Salvador | 84,57 |
| 24 | Hotel Caesar Park | 86,20 | 78 | Aplic. de software corporativo Oracle / People Soft | 84,55 |
| 25 | Automotores de flota Chrysler | 86,16 | 79 | Medicina prepaga Swiss Medical | 84,54 |
| 26 | Hotel Emperador | 86,15 | 80 | Computadora personal Compaq | 84,52 |
| 27 | Camiones y utilitarios Ford Argentina | 86,13 | 81 | Operador logístico Ryder | 84,50 |
| 28 | Fax Toshiba | 86,11 | 82 | Centrales telefónicas Panasonic | 84,47 |
| 29 | Correo Oca | 86,05 | 83 | Centrales telefónicas NEC | 84,47 |
| 30 | Camiones y utilitarios Volkswagen Argentina | 86,01 | 84 | Equipos de impresion Canon | 84,47 |
| 31 | Centrales telefónicas Siemens | 86,00 | 85 | Servers HP | 84,44 |
| 32 | Líneas aéreas internacionales British Airways | 85,98 | 86 | Computadoras portátiles (lap top) Macintosh | 84,44 |
| 33 | Computadoras portátiles (lap top) IBM Think Pad | 85,93 | 87 | Universidad Cema | 84,43 |
| 34 | Fax Panasonic | 85,93 | 88 | Courier DHL | 84,40 |
| 35 | Operador Logístico Andreani | 85,90 | 89 | Tarjeta de crédito American Express | 84,40 |
| 36 | Combustibles Repsol YPF | 85,88 | 90 | Aplicaciones de software corporativo Sybase | 84,37 |
| 37 | Computadora personal IBM | 85,87 | 91 | Courier UPS | 84,33 |
| 38 | Hotel Marriott | 85,85 | 92 | Líneas aéreas internacionales KLM | 84,32 |
| 39 | Tarjeta de crédito Visa | 85,85 | 93 | Escuelas de negocios Universidad Católica | 84,27 |
| 40 | Líneas aéreas internacionales Air France | 85,83 | 94 | Telecomunic.: transmisión de datos Impsat | 84,23 |
| 41 | Camiones y utilitarios Toyota Argentina | 85,82 | 95 | Telefonía celular Nextel | 84,15 |
| 42 | Certif. de calidad U. L.-Underwriters Laboratories INC | 85,79 | 96 | AFJP Máxima | 84,14 |
| 43 | Automotores de flota General Motors | 85,71 | 97 | Operador logístico Gefco | 84,10 |
| 44 | Equipos de impresión HP | 85,70 | 98 | Equipos de impresión Epson | 84,09 |
| 45 | Hotel Park Tower | 85,69 | 99 | ART Liberty | 84,09 |
| 46 | Audidores Ernst & Young | 85,50 | 100 | Audidores Deloitte | 84,08 |
| 47 | Aplicaciones de software Corporativo IBM | 85,48 | 101 | Escuelas de negocios Universidad Di Tella | 84,04 |
| 48 | Courier TNT | 85,45 | 102 | Seguros generales Provincia | 84,01 |
| 49 | Automotores de flota Fiat Auto Argentina | 85,44 | 103 | Líneas aéreas internacionales Aerolíneas Argentinas | 83,98 |
| 50 | Líneas aéreas internacionales United Airlines | 85,42 | 104 | Proveedores de internet Sky Online / Netizen | 83,95 |
| 51 | Equipos de impresión Toshiba | 85,41 | 105 | Audidores KPMG | 83,87 |
| 52 | Computadora personal Apple Macintosh | 85,37 | 106 | Servers Unisys | 83,87 |
| 53 | Universidad Di Tella | 85,36 | 107 | Combustibles Shell | 83,79 |
| 54 | Seguros Generales La Buenos Aires | 85,30 | 108 | Audidores BDO | 83,77 |

Encuesta |

Valor de las Marcas 2005 | Consenso

| Posición | Empresa | Consenso | Posición | Empresa | Consenso |
|----------|--|----------|----------|--|--------------|
| 109 | Computadora personal Dell | 83,76 | 163 | Equipos de impresión Kyocera Mita | 82,18 |
| 110 | Escuelas de negocios Universidad de Buenos Aires | 83,74 | 164 | Aparato de telefonía celular Kyocera | 82,15 |
| 111 | Telecomunicaciones: transmisión de datos Telmex | 83,70 | 165 | Aparato de telefonía celular Alcatel | 82,15 |
| 112 | Líneas aéreas internacionales LAN | 83,70 | 166 | AFJP Nación | 82,12 |
| 113 | Audidores Price Waterhouse Coopers | 83,69 | 167 | Certif. de calidad D.N.V. - Det Norske Veritas | 82,09 |
| 114 | Seguros generales Sancor | 83,69 | 168 | Universidad UADE | 82,09 |
| 115 | Telecomunicaciones: transmisión de voz Telmex | 83,68 | 169 | Banca corporativa del BankBoston | 82,08 |
| 116 | Medicina prepaga Medicus | 83,66 | 170 | Computadora personal ACER | 82,07 |
| 117 | Aplicaciones de software corporativo Microsoft | 83,65 | 171 | Telefonía celular Movistar | 81,94 |
| 118 | Computadoras portátiles (lap top) Compaq | 83,60 | 172 | Correo Andreani | 81,93 |
| 119 | Líneas aéreas internacionales Iberia | 83,60 | 173 | Universidad de Belgrano | 81,91 |
| 120 | Escuelas de negocios Universidad ITBA | 83,55 | 174 | Proveedores de Internet Datco | 81,89 |
| 121 | Fax Xerox | 83,54 | 175 | Servers Silicon Graphics | 81,84 |
| 122 | Medicina prepaga OMINT | 83,54 | 176 | Empleos temporarios Manpower | 81,84 |
| 123 | Banca corporativa del Banco Patagonia | 83,52 | 177 | ART Provincia | 81,83 |
| 124 | Líneas aéreas de cabotaje Aerolíneas Argentinas | 83,52 | 178 | Certif. de calidad B.V.Q.I.-Bureau Veritas Quality Internac. | 81,81 |
| 125 | Consultora Accenture | 83,47 | 179 | Proveedores de internet Millicon - Ertach | 81,79 |
| 126 | ART Mapfre | 83,45 | 180 | Empleos temporarios Bayton | 81,79 |
| 127 | Banca Corporativa del Banco HSBC | 83,41 | 181 | Centrales telefónicas Alcatel | 81,78 |
| 128 | Telecomunic.: transmisión de datos Datamarkets | 83,38 | 182 | Equipos de impresión Lexmark | 81,78 |
| 129 | Consultora IBM Consulting | 83,36 | 183 | AFJP Metropolitan Life | 81,75 |
| 130 | Seguros generales La Caja | 83,35 | 184 | Certif. de calidad TUV Rheinland de Argentina | 81,71 |
| 131 | Escuelas de negocios EDDE (UADE) | 83,30 | 185 | Líneas aéreas de cabotaje LAN | 81,66 |
| 132 | AFJP Orígenes | 83,29 | 186 | Aparato de telefonía celular Philips | 81,61 |
| 133 | Universidad de Buenos Aires | 83,26 | 187 | Telecomunic.: transmisión de voz-Telefónica | 81,56 |
| 134 | Servers Compaq | 83,25 | 188 | Certificadoras de Calidad IRAM | 81,56 |
| 135 | Banca corporativa del Banco Macro Bansud | 83,22 | 189 | Empleos temporarios Adecco | 81,47 |
| 136 | Escuelas de negocios Universidad Cema | 83,21 | 190 | Proveedores de internet UOL | 81,38 |
| 137 | Banca corporativa del BBVA Banco Francés | 83,19 | 191 | Banca corporativa del Banco Provincia | 81,27 |
| 138 | ART AsociarT | 83,18 | 192 | Telecomunic.: transmisión de voz Iplan | 81,26 |
| 139 | AFJP Consolidar | 83,15 | 193 | Telecomunic.: transmisión de datos Millicon - Ertach | 81,17 |
| 140 | Seguros de vida Metropolitan Life | 83,14 | 194 | Banca corporativa del Banco Citibank | 81,16 |
| 141 | Consultora Mckinsey | 83,12 | 195 | Proveedores de internet Speedy | 81,11 |
| 142 | Centrales telefónicas Nortel | 83,11 | 196 | Operador logístico Cruz del Sur | 81,10 |
| 143 | Líneas aéreas de cabotaje Austral | 83,08 | 197 | Seguros generales Federación Patronal | 81,03 |
| 144 | ART La Caja | 83,07 | 198 | ART CNA | 81,03 |
| 145 | Consultora Boston Consulting | 83,06 | 199 | ART Berkley | 81,02 |
| 146 | Seguros de vida Zurich Int. Life | 83,05 | 200 | Seguros de vida Alico | 80,96 |
| 147 | Tarjeta de crédito Mastercard | 83,01 | 201 | Telefonía celular Personal | 80,91 |
| 148 | Banca corporativa del Banco Comafi | 82,99 | 202 | AFJP Arauca Bit | 80,80 |
| 149 | Seguros de vida Nación | 82,90 | 203 | Seguros generales San Cristóbal | 80,79 |
| 150 | Banca corporativa del Banco Galicia | 82,84 | 204 | Banca corporativa del Banco Nación | 80,68 |
| 151 | Seguros de vida Siembra | 82,77 | 205 | Hotel Faena | 80,67 |
| 152 | Operador Logístico Román | 82,76 | 206 | Seguros generales La Segunda | 80,50 |
| 153 | ART Consolidar | 82,74 | 207 | Tarjeta de crédito Diners | 80,44 |
| 154 | Banca corporativa del Banco ABN Amro Bank | 82,62 | 208 | Proveedores de internet Flash | 80,02 |
| 155 | Telecomunicaciones: transmisión de voz Telecom | 82,59 | 209 | Empleos temporarios Sesa Select | 79,74 |
| 156 | Proveedores de internet Arnet Highway | 82,56 | 210 | Telefonía celular CTI | 78,51 |
| 157 | Banca corporativa del Banco Río | 82,55 | 211 | Tarjeta de crédito Naranja | 78,35 |
| 158 | Banca corporativa del Banco Credicoop | 82,48 | 212 | Líneas aéreas de cabotaje Southern Winds | 77,70 |
| 159 | Aparato de telefonía celular LG | 82,39 | 213 | Operador logístico Exel | 77,16 |
| 160 | Medicina prepaga Qualitas | 82,33 | | | |
| 161 | Tarjeta de crédito Provencred | 82,33 | | | |
| 162 | Telecomunic.: transmisión de datos Datco | 82,30 | | | |
| | | | | Promedio General | 83,82 |

Los campeones de las 34 categorías

Lo más destacado de la investigación de este año, es que casi todas las categorías consideradas –y las marcas evaluadas– mejoraron su calificación con respecto a los años anteriores.

Se evaluaron 34 categorías en lugar de las 39 del año pasado, básicamente debido a la constante transformación que exige el cambiante mundo de la tecnología. En consecuencia se requirió opinión acerca de 215 marcas, contra 239 del año pasado.

Este proceso de reajuste es permanente y seguramente exhibirá nuevos exponentes durante el año próximo donde ya se piensa en incorporar flamantes categorías, como por ejemplo telefonía IP en sus dos vertientes, los proveedores de equipamiento y los prestadores del servicio.

Sigue el ascenso de las AFJP

La calificación del sector continúa en ascenso: el promedio fue de 6,56% contra 6,27% del año anterior. El campeón de la categoría fue Arauca Bit, con 6,94, marca que probablemente se vio beneficiada del efecto arrastre que le endosa el barco insignia del grupo, OSDE que colocó a una empresa de salud en el *top ten*. La mejor calificación obtenida por Arauca se da en el segmento de empresas de 201 a 1.000 empleados. Arauca retornó al sitio que ocupaba en el 2003. Igual que el año pasado, Nación ocupó el segundo lugar con 6,85 (6,36 en el 2004). Obtuvo 7 puntos en el tramo de empresas con más de 1.000 empleados.

Tercera, fue Consolidar que el año anterior encabezaba el capítulo. Pero su nota actual, 6,64 fue superior a cuando salió primera con 6,54.

La categoría ocupa la posición 28 entre las 34 evaluadas (el año anterior era 36 sobre 39). Al igual que el resto del sector financiero, experimenta un ligero repunte, sostenido. Es cierto que el segmento ha exhibido un bajísimo perfil ante la opinión pública desde hace tiempo.

Pequeños cambios en telefonía celular

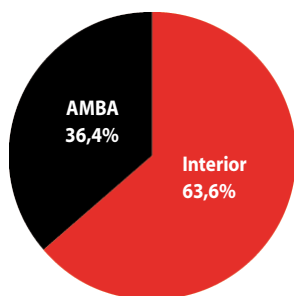
El segundo del año pasado pasó a primero en este caso, cambiando posiciones con el primero del 2004. El aparato celular favorito resultó Motorola, con 7,92 (7,56 hace doce meses), y la segunda posición fue para Nokia con 7,84, marca superior a 7,71 que tuvo el año pasado. Motorola obtuvo un alto registro (8,01) en el segmento de empresas con más de 1.000 empleados.

En el ranking general, Motorola se situó en la posición 35, mientras que el primero del año anterior, Nokia, había logrado la posición 20.

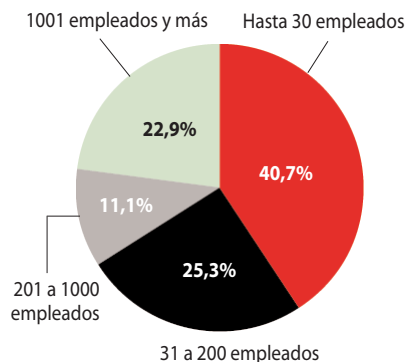
A pesar de la intensa promoción y de todo el ruido sobre las prestaciones que ofrecen estos artefactos, la valoración de la categoría casi no se movió: 6,79 contra 6,78 de la anterior encuesta. Es conveniente recordar que el 2003, el promedio de esta categoría era de 6,96%. Algo que debería llamar la atención de los responsables del sector.

| Ranking de categorías | Promedio |
|------------------------------------|----------|
| Computadoras portátiles | 8,01 |
| Hoteles | 7,94 |
| Camiones y utilitarios | 7,93 |
| Computadora personal | 7,67 |
| Courier | 7,66 |
| Servers | 7,58 |
| Automotores de flota | 7,57 |
| Escuelas de negocios | 7,57 |
| Combustibles | 7,47 |
| Universidad | 7,45 |
| Líneas aéreas internacionales | 7,44 |
| Fax | 7,43 |
| Aplic. de software corporativo | 7,42 |
| Medicina prepaga | 7,37 |
| Consultora | 7,28 |
| Audidores | 7,27 |
| Certificadoras de calidad | 7,17 |
| Centrales telefónicas | 7,13 |
| Equipos de impresión | 7,11 |
| Tarjeta de crédito | 6,90 |
| Aparato de telefonía celular | 6,79 |
| Correo | 6,78 |
| Telefonía celular | 6,70 |
| Seguros de vida | 6,68 |
| Telecomunic.: transmisión de voz | 6,59 |
| Telecomunic.: transmisión de datos | 6,59 |
| Seguros generales | 6,57 |
| AFJP | 6,56 |
| Banca Corporativa | 6,54 |
| Operador logístico | 6,51 |
| Proveedores de internet | 6,41 |
| ART | 6,36 |
| Empleos temporarios | 6,33 |
| Líneas aéreas de cabotaje | 6,13 |

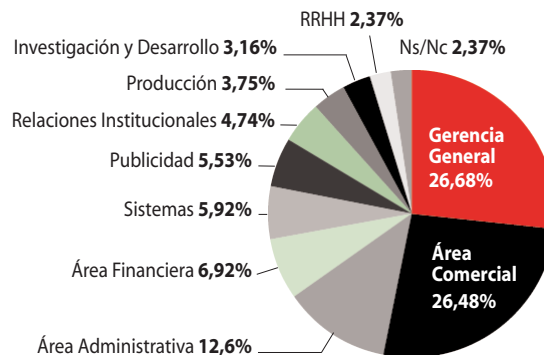
Ubicación de la empresa



Cantidad de empleados



Área de la empresa donde desarrolla sus funciones



Encuesta |

Software corporativo

Como era previsible, SAP sigue liderando el sector con 7,95 (7,44 en 2004). Le siguen Microsoft con 7,61 (7,16); IBM con 7,59 (6,81); y Oracle con 7,53 (7,00).

SAP obtuvo un valor de 7,94 en empresas de 200 a 1.000 empleados, y de 8 entre las que tienen más de 1.000 empleados.

La categoría tuvo un promedio de 7,42 (contra 6,99 del año anterior). Un valor bien por encima del promedio general de 7,11 y que la ubica en la posición 13 entre las 334 categorías evaluadas.

ART, un pequeño ascenso

El año pasado ocupó la última posición de la tabla entre todas las categorías. En esta versión sigue figurando hacia el final, pero al menos hay dos categorías con peor valuación. Su marca promedio fue de 6,36, muy distante de los 7,11 del promedio del ranking general.

Aquí pareció retornar la normalidad. La Caja, líder frecuente en esta encuesta, vuelve a ocupar la primera posición (fue tercera el año pasado) con 6,93 (6,24 el año pasado) lo que significa una sensible mejoría. Segunda resultó Mapfre, tercera Berkley y cuarta Consolidar.

Como categoría, elevó su promedio: 6,36 contra 6,19 hace doce meses.

La sorpresa del año pasado, CNA que fue la mejor evaluada entonces, terminó octava este año, en una posición más coherente con los registros históricos.

Normalidad en auditores

Seguramente fue la mayor sorpresa de la encuesta del año pasado. Los que siempre estuvieron arriba pasaron a estar abajo, y viceversa. Cuando los responsables de la investigación comprobaron a qué empresas pertenecían los que habían votado fue inevitable coleccionar que había un voto castigo. Pero el enojo, si lo hubo, ha cesado. Todo vuelve a la normalidad. El primero del año pasado es ahora quinto (posición en la que figuraba habitualmente).

El líder de este año es Ernst & Young con 7,59 (contra 6,39 del 2004). Segundo quedó PriceWaterhouse Coopers con 7,57 (6,72); tercero, KPMG con 7,21 (6,94); cuarto Deloitte con 7,19 (6,92); y quinto BDO con 6,79 (6,99).

Marcas por categorías

| | Promedio | AMBA | Interior | Cantidad de empleados | | | |
|---|----------|------|----------|-----------------------|----------|------------|----------|
| | | | | Hasta 30 | 31 a 200 | 201 a 1000 | +de 1000 |
| AFJP | | | | | | | |
| 1 Arauca Bit | 6,94 | 6,97 | 6,89 | 6,93 | 6,82 | 7,29 | 6,93 |
| 2 Nación | 6,85 | 6,89 | 6,78 | 6,86 | 6,70 | 6,84 | 7,00 |
| 3 Consolidar | 6,64 | 6,75 | 6,44 | 6,37 | 6,73 | 6,90 | 6,87 |
| 4 Metropolitan Life | 6,48 | 6,37 | 6,68 | 6,29 | 6,32 | 6,59 | 6,86 |
| 5 Origenes | 6,25 | 6,35 | 6,08 | 6,05 | 6,25 | 6,00 | 6,66 |
| 6 Máxima | 6,20 | 6,25 | 6,12 | 6,03 | 6,46 | 5,77 | 6,39 |
| Promedio | 6,56 | 6,60 | 6,50 | 6,42 | 6,55 | 6,57 | 6,78 |
| Aparatos de telefonía celular | | | | | | | |
| 1 Motorola | 7,92 | 7,92 | 7,92 | 7,89 | 7,93 | 7,84 | 8,01 |
| 2 Nokia | 7,84 | 7,85 | 7,84 | 7,81 | 7,92 | 7,67 | 7,90 |
| 3 Sony Ericsson | 7,62 | 7,61 | 7,63 | 7,78 | 7,59 | 7,21 | 7,53 |
| 4 LG | 6,50 | 6,56 | 6,38 | 6,47 | 6,73 | 6,65 | 6,24 |
| 5 Kyocera | 6,10 | 6,01 | 6,26 | 6,10 | 6,04 | 6,34 | 6,06 |
| 6 Philips | 6,06 | 6,02 | 6,14 | 6,07 | 5,89 | 6,17 | 6,19 |
| 7 Alcatel | 5,47 | 5,47 | 5,47 | 5,28 | 5,53 | 5,79 | 5,62 |
| Promedio | 6,79 | 6,78 | 6,81 | 6,77 | 6,80 | 6,81 | 6,79 |
| Aplicaciones de software corporativo | | | | | | | |
| 1 SAP | 7,95 | 7,96 | 7,95 | 7,85 | 8,09 | 7,94 | 8,00 |
| 2 Microsoft | 7,61 | 7,60 | 7,63 | 7,37 | 7,78 | 7,60 | 7,84 |
| 3 IBM | 7,59 | 7,60 | 7,59 | 7,56 | 7,65 | 7,36 | 7,70 |
| 4 Oracle / People Soft | 7,53 | 7,46 | 7,66 | 7,56 | 7,74 | 7,33 | 7,37 |
| 5 Sybase | 6,43 | 6,46 | 6,38 | 6,38 | 6,67 | 6,86 | 6,10 |
| Promedio | 7,42 | 7,41 | 7,44 | 7,34 | 7,59 | 7,42 | 7,40 |
| ART | | | | | | | |
| 1 La Caja | 6,93 | 6,90 | 6,99 | 7,06 | 6,76 | 6,58 | 7,05 |
| 2 Mapfre | 6,79 | 7,01 | 6,42 | 6,82 | 6,58 | 6,78 | 6,96 |
| 3 Berkley | 6,59 | 6,54 | 6,68 | 6,48 | 6,65 | 6,83 | 6,60 |
| 4 Consolidar | 6,56 | 6,58 | 6,52 | 6,64 | 6,34 | 6,52 | 6,65 |
| 5 AsociarT | 6,36 | 6,48 | 6,12 | 6,20 | 6,62 | 6,42 | 6,35 |
| 6 Liberty | 6,34 | 6,28 | 6,46 | 6,15 | 6,49 | 6,85 | 6,27 |
| 7 Provincia | 5,91 | 5,89 | 5,97 | 5,90 | 5,89 | 5,91 | 5,96 |
| 8 CNA | 5,43 | 5,69 | 5,00 | 4,93 | 5,63 | 6,33 | 5,57 |
| Promedio | 6,36 | 6,42 | 6,27 | 6,27 | 6,37 | 6,53 | 6,42 |
| Auditores | | | | | | | |
| 1 Ernst & Young | 7,59 | 7,57 | 7,61 | 7,52 | 7,81 | 7,73 | 7,36 |
| 2 Price Waterhouse Coopers | 7,57 | 7,54 | 7,64 | 7,56 | 7,50 | 7,67 | 7,63 |
| 3 KPMG | 7,21 | 7,16 | 7,27 | 7,17 | 7,13 | 7,39 | 7,27 |
| 4 Deloitte | 7,19 | 7,11 | 7,33 | 7,15 | 7,17 | 7,25 | 7,24 |
| 5 BDO | 6,79 | 6,86 | 6,64 | 6,62 | 6,87 | 7,21 | 6,74 |
| Promedio | 7,27 | 7,25 | 7,30 | 7,20 | 7,30 | 7,45 | 7,25 |
| Automotores de flota | | | | | | | |
| 1 Toyota Argentina | 8,13 | 8,11 | 8,15 | 8,15 | 8,15 | 8,19 | 8,04 |
| 2 Ford Argentina | 7,83 | 7,87 | 7,76 | 7,77 | 7,89 | 8,05 | 7,78 |
| 3 Chrysler | 7,82 | 7,83 | 7,81 | 7,88 | 7,66 | 7,79 | 7,91 |
| 4 Volkswagen Argentina | 7,75 | 7,73 | 7,80 | 7,74 | 7,67 | 7,50 | 8,00 |
| 5 Renault Argentina | 7,63 | 7,61 | 7,65 | 7,62 | 7,51 | 7,75 | 7,70 |
| 6 General Motors | 7,33 | 7,39 | 7,21 | 7,25 | 7,31 | 7,17 | 7,54 |
| 7 Fiat Auto Argentina | 6,53 | 6,54 | 6,51 | 6,41 | 6,60 | 6,80 | 6,56 |
| Promedio | 7,57 | 7,58 | 7,56 | 7,54 | 7,54 | 7,61 | 7,65 |

La marca promedio de la categoría fue de 7,27 (contra 6,79 del año pasado). Superior en consecuencia a la marca promedio del ranking total, de 7,11. Considerada entre todas las categorías, el año pasado se situaba

apenas por debajo de la mitad de la lista. Ahora, apenas por arriba. Mejor, en suma.

Automotores, bien, pero no tanto

La categoría debutó el año pasado. Los

Encuesta |

automóviles de flota que compran las empresas para sus directivos tuvieron entonces una excelente calificación (sexta en el ranking por categorías y una marca en el tercer puesto de la general).

Aunque la calificación promedio del segmento fue superior este año a la del 2004, (7,57 contra 7,33) lo cierto es que el desempeño no fue tan exitoso. La primera marca de autos en el ranking general, Toyota, ocupó la posición 20 (3° el año pasado) y la categoría resultó séptima en el total (sexta en la versión anterior).

Sin embargo, la calificación de Toyota, 8,13, y la de la categoría, 7,57, fueron ampliamente superiores a la marca promedio registrada este año.

Segundo resultó Ford (tercera en el 2004). Siguen Chrysler, Volkswagen y Renault, todos ellos por encima de la marca promedio para el sector.

Banca corporativa, con mejor evaluación

Continúa una leve pero sostenida mejoría. El promedio de la categoría pasó a 6,54 (6,46), todavía lejos de la marca promedio general, de 7,11. Ocupó la posición 29 entre 34 (34 entre 39 en el 2004). Situación que coincide con todos los estudios sobre imagen de bancos (*ver Mercado de septiembre, edición n° 1050, página 100*).

Otra vez el líder entre las entidades que brindan servicios corporativos resultó el HSBC con 7,17 (inferior al 7,26 del año pasado). Es el mejor calificado entre empresas con más de 1.000 empleados (7,49).

En el ranking general obtuvo la posición 101 (contra la 69 del año anterior, la 165 del 2003 y la 91 del 2001).

El segundo puesto, también igual que el año pasado fue para el BBVA Banco Francés con 6,95. Luego siguen el Boston (6,93) y el Río (6,91). Todos a décimas, unos de otros. Lo cierto es que, con excepción del líder, todas las demás marcas bancarias consideradas están por debajo del promedio general.

Camiones y utilitarios, cada vez mejor y más alto

El año pasado fue su debut y tuvo dos logros notables: la marca mejor calificada de todas, y la quinta posición por categorías. Pero este año realizó otras proezas. Colocó con poca diferencia entre ellas a la segunda,

Marcas por categorías

| | Promedio | AMBA | Interior | Cantidad de empleados | | | |
|----------------------------------|----------|------|----------|-----------------------|----------|------------|----------|
| | | | | Hasta 30 | 31 a 200 | 201 a 1000 | +de 1000 |
| Banca Corporativa | | | | | | | |
| 1 del Banco HSBC | 7,17 | 7,10 | 7,30 | 6,93 | 7,28 | 7,00 | 7,49 |
| 2 del BBVA Banco Francés | 6,95 | 7,00 | 6,88 | 6,80 | 7,27 | 6,91 | 6,89 |
| 3 del BankBoston | 6,93 | 6,97 | 6,86 | 6,78 | 6,89 | 6,91 | 7,22 |
| 4 del Banco Río | 6,91 | 6,98 | 6,78 | 6,88 | 6,95 | 6,65 | 7,03 |
| 5 del Banco Citibank | 6,71 | 6,72 | 6,69 | 6,58 | 6,91 | 6,72 | 6,71 |
| 6 del Banco ABN Amro Bank | 6,60 | 6,63 | 6,55 | 6,49 | 6,81 | 6,58 | 6,55 |
| 7 del Banco Galicia | 6,59 | 6,53 | 6,72 | 6,44 | 6,78 | 6,77 | 6,54 |
| 8 del Banco Macro Bansud | 6,46 | 6,53 | 6,34 | 6,39 | 6,69 | 6,40 | 6,38 |
| 9 del Banco Credicoop | 6,35 | 6,30 | 6,46 | 6,39 | 6,39 | 5,68 | 6,51 |
| 10 del Banco Comafi | 6,20 | 6,15 | 6,30 | 6,17 | 6,17 | 6,39 | 6,18 |
| 11 del Banco Nación | 6,10 | 6,06 | 6,19 | 6,00 | 6,14 | 5,87 | 6,33 |
| 12 del Banco Patagonia | 6,04 | 5,98 | 6,17 | 6,08 | 5,96 | 6,05 | 6,05 |
| 13 del Banco Provincia | 5,99 | 5,96 | 6,04 | 6,06 | 5,92 | 6,09 | 5,90 |
| Promedio | 6,54 | 6,53 | 6,56 | 6,46 | 6,63 | 6,46 | 6,60 |
| Camiones y utilitarios | | | | | | | |
| 1 Mercedes Benz | 8,51 | 8,52 | 8,49 | 8,47 | 8,46 | 8,76 | 8,52 |
| 2 Scania | 8,48 | 8,52 | 8,42 | 8,47 | 8,44 | 8,37 | 8,58 |
| 3 Volvo | 8,43 | 8,40 | 8,49 | 8,47 | 8,65 | 8,24 | 8,23 |
| 4 Toyota Argentina | 7,88 | 7,83 | 7,97 | 7,88 | 7,88 | 7,94 | 7,86 |
| 5 Ford Argentina | 7,75 | 7,87 | 7,54 | 7,74 | 7,68 | 7,90 | 7,76 |
| 6 Volkswagen Argentina | 7,31 | 7,30 | 7,31 | 7,32 | 7,26 | 7,40 | 7,30 |
| 7 Iveco | 7,17 | 7,20 | 7,12 | 7,11 | 7,06 | 7,19 | 7,36 |
| Promedio | 7,93 | 7,95 | 7,91 | 7,92 | 7,92 | 7,97 | 7,95 |
| Centrales telefónicas | | | | | | | |
| 1 Siemens | 8,04 | 8,00 | 8,11 | 7,94 | 8,18 | 8,00 | 8,08 |
| 2 Panasonic | 7,65 | 7,72 | 7,54 | 7,79 | 7,51 | 7,37 | 7,66 |
| 3 NEC | 7,18 | 7,13 | 7,27 | 7,19 | 7,19 | 6,92 | 7,26 |
| 4 Lucent | 7,09 | 7,06 | 7,14 | 7,05 | 7,35 | 6,94 | 6,93 |
| 5 Nortel | 6,74 | 6,66 | 6,90 | 6,60 | 6,83 | 7,26 | 6,59 |
| 6 Alcatel | 6,11 | 6,18 | 5,96 | 5,94 | 6,10 | 6,67 | 6,20 |
| Promedio | 7,13 | 7,12 | 7,15 | 7,08 | 7,19 | 7,19 | 7,12 |
| Certificadoras de Calidad | | | | | | | |
| 1 IRAM | 7,46 | 7,46 | 7,45 | 7,34 | 7,59 | 7,53 | 7,49 |
| 2 B.V.Q.I.-Bureau Veritas | | | | | | | |
| Quality Internacional | 7,29 | 7,23 | 7,40 | 7,27 | 7,20 | 7,92 | 7,12 |
| 3 D.N.V.-Det Norske Veritas | 7,19 | 7,10 | 7,32 | 6,99 | 7,17 | 7,25 | 7,51 |
| 4 TUV Rheinland de Arg. | 7,06 | 6,98 | 7,20 | 6,95 | 7,08 | 7,17 | 7,15 |
| 5 U.L.-Underwriters Lab.INC | 6,85 | 6,97 | 6,66 | 6,83 | 6,81 | 7,18 | 6,76 |
| Promedio | 7,17 | 7,15 | 7,21 | 7,07 | 7,17 | 7,41 | 7,21 |
| Combustibles | | | | | | | |
| 1 Repsol YPF | 7,95 | 7,95 | 7,94 | 7,89 | 7,90 | 8,08 | 8,05 |
| 2 Shell | 7,52 | 7,59 | 7,39 | 7,30 | 7,77 | 7,45 | 7,64 |
| 3 Petrobras | 7,30 | 7,26 | 7,39 | 7,31 | 7,24 | 7,31 | 7,35 |
| 4 Esso | 7,10 | 7,13 | 7,05 | 7,06 | 7,08 | 7,07 | 7,22 |
| Promedio | 7,47 | 7,48 | 7,44 | 7,39 | 7,50 | 7,48 | 7,57 |

tercera y cuarta marca del ranking general. Líder fue Mercedes Benz con 8,51, seguido por Scania con 8,48 y por Volvo con 8,43. Las tres superaron con comodidad el mejor registro del año pasado que fue el de Scania con 8,10.

Como categoría tuvo un promedio de 7,93 y se colocó segunda entre las 34 evaluadas. Otro dato: las siete marcas incluidas en el

ranking superaron la marca promedio general. Indicio elocuente del respeto de los opinantes por la tecnología automotriz.

Centrales telefónicas: retorno anunciado

Otra vez volvió a la posición de privilegio Siemens, que en el 2004 había quedado relegado al tercer puesto.

Encuesta |

La categoría tuvo un promedio de 7,13, lo que le permite estar justo por encima de la marca promedio general, de 7,11.

Pero Siemens recibió una calificación de 8,04, superior a 7,08 de hace doce meses, pero también mucho mejor que el líder anterior, NEC, que tuvo 7,36. La segunda posición fue para Panasonic con 7,65 y la tercera para NEC con 7,18.

Entre las 34 categorías figura en la posición 18 (el año pasado, 16 entre 39).

Siemens obtiene la mejor calificación entre empresas con mayor número de empleados, y se posiciona en el lugar 24 en el ranking general de 213 marcas.

Certificadoras de calidad

Es la segunda vez que se mide la categoría. No despierta pasiones, pero hay reconocimiento traducido en buenas calificaciones. El segmento mereció un valor superior a la marca promedio. Ese límite fue superado también por las tres primeras marcas del ranking sectorial.

El campeón de la categoría es IRAM con 7,46 contra 7,15 del año pasado. En esa ocasión IRAM fue segundo. Este año la segunda posición fue para BVQI con 7,29 (7,09 hace doce meses). La tercera correspondió a DNV con 7,19 (6,77).

Combustibles, igual pero con un cambio

El promedio obtenido por esta categoría fue de 7,47 (7,31 en el 2004). Sigue el ascenso, puesto que en el 2003 había sido de 7,18.

La única variante fue el retorno de Repsol YPF al liderazgo de la categoría con 7,95 (segundo el año pasado con 7,75). En el segundo puesto quedó el líder del año pasado, Shell, con 7,52 (7,79) y Petrobras se mantiene tercero con 7,30 (7,13). Esso sigue cuarto con 7,10 (6,56).

Hubo una mejoría en la nota de casi todas las marcas (a excepción de Shell) y de hecho las cuatro empresas obtuvieron una nota igual o superior al de la marca promedio general.

Computadora personal

Repetió este año Apple McIntosh. Se quedó al tope de la categoría de computadoras personales con una calificación de 8,35 (7,75 el año pasado).

Marcas por categorías

| | Promedio | AMBA | Interior | Cantidad de empleados | | | |
|--|----------|------|----------|-----------------------|----------|------------|----------|
| | | | | Hasta 30 | 31 a 200 | 201 a 1000 | +de 1000 |
| Computadora personal | | | | | | | |
| 1 Apple Macintosh | 8,35 | 8,35 | 8,35 | 8,37 | 8,53 | 8,42 | 8,13 |
| 2 HP | 8,21 | 8,16 | 8,28 | 8,20 | 8,18 | 8,17 | 8,25 |
| 3 IBM | 7,93 | 7,91 | 7,97 | 7,86 | 7,82 | 7,95 | 8,17 |
| 4 Compaq | 7,87 | 7,80 | 7,99 | 7,81 | 7,95 | 7,86 | 7,90 |
| 5 Dell | 7,36 | 7,44 | 7,21 | 7,28 | 7,51 | 7,53 | 7,25 |
| 6 ACER | 6,32 | 6,36 | 6,23 | 6,17 | 6,37 | 6,56 | 6,39 |
| Promedio | 7,67 | 7,67 | 7,67 | 7,62 | 7,73 | 7,75 | 7,68 |
| Computadoras portátiles (lap top) | | | | | | | |
| 1 Sony Vaio | 8,60 | 8,54 | 8,69 | 8,68 | 8,64 | 8,67 | 8,38 |
| 2 Macintosh | 8,16 | 8,25 | 8,01 | 8,24 | 8,25 | 8,06 | 8,00 |
| 3 IBM Think Pad | 7,92 | 7,99 | 7,81 | 7,79 | 8,01 | 7,91 | 8,06 |
| 4 Compaq | 7,74 | 7,70 | 7,81 | 7,70 | 7,84 | 7,80 | 7,70 |
| 5 Toshiba | 7,64 | 7,60 | 7,70 | 7,59 | 7,67 | 7,76 | 7,63 |
| Promedio | 8,01 | 8,02 | 8,01 | 8,00 | 8,08 | 8,04 | 7,95 |
| Consultora | | | | | | | |
| 1 Mckinsey | 7,43 | 7,31 | 7,61 | 7,29 | 7,37 | 7,73 | 7,59 |
| 2 Booz Allen & Hamilton | 7,41 | 7,46 | 7,33 | 7,41 | 7,34 | 7,33 | 7,51 |
| 3 IBM Consulting | 7,20 | 7,21 | 7,17 | 7,30 | 7,02 | 7,13 | 7,24 |
| 4 Boston Consulting | 7,19 | 7,06 | 7,43 | 7,06 | 7,04 | 7,40 | 7,45 |
| 5 Accenture | 7,17 | 7,29 | 6,99 | 6,98 | 7,28 | 7,15 | 7,38 |
| Promedio | 7,28 | 7,27 | 7,30 | 7,21 | 7,21 | 7,35 | 7,43 |
| Correo | | | | | | | |
| 1 Andreani | 6,89 | 6,88 | 6,91 | 6,82 | 6,88 | 6,95 | 7,01 |
| 2 OCA | 6,76 | 6,85 | 6,60 | 6,79 | 6,69 | 6,88 | 6,76 |
| 3 Correo Argentino | 6,70 | 6,67 | 6,74 | 6,60 | 6,91 | 6,70 | 6,62 |
| Promedio | 6,78 | 6,80 | 6,75 | 6,74 | 6,83 | 6,84 | 6,80 |
| Courier | | | | | | | |
| 1 Federal Express | 8,15 | 8,12 | 8,19 | 8,22 | 8,14 | 8,06 | 8,07 |
| 2 DHL | 7,73 | 7,69 | 7,79 | 7,56 | 7,99 | 7,61 | 7,78 |
| 3 UPS | 7,67 | 7,67 | 7,66 | 7,63 | 7,63 | 7,91 | 7,68 |
| 4 TNT | 7,11 | 7,06 | 7,20 | 6,98 | 7,26 | 7,22 | 7,12 |
| Promedio | 7,66 | 7,64 | 7,71 | 7,60 | 7,76 | 7,70 | 7,66 |
| Empleos temporarios | | | | | | | |
| 1 Manpower | 6,84 | 6,87 | 6,78 | 6,69 | 6,86 | 6,88 | 7,06 |
| 2 Adecco | 6,52 | 6,59 | 6,38 | 6,36 | 6,51 | 6,38 | 6,83 |
| 3 Bayton | 6,30 | 6,41 | 6,10 | 6,20 | 6,29 | 6,00 | 6,53 |
| 4 Sesa Select | 5,65 | 5,80 | 5,38 | 5,23 | 5,52 | 6,07 | 6,14 |
| Promedio | 6,33 | 6,41 | 6,16 | 6,12 | 6,29 | 6,33 | 6,64 |
| Equipos de impresión | | | | | | | |
| 1 HP | 8,27 | 8,27 | 8,26 | 8,16 | 8,51 | 8,33 | 8,16 |
| 2 Xerox | 7,81 | 7,83 | 7,76 | 7,78 | 7,77 | 7,69 | 7,95 |
| 3 Epson | 7,42 | 7,45 | 7,38 | 7,53 | 7,19 | 7,40 | 7,49 |
| 4 Ricoh | 6,98 | 6,99 | 6,96 | 7,03 | 7,00 | 6,76 | 6,98 |
| 5 Canon | 6,82 | 6,80 | 6,86 | 6,69 | 6,84 | 6,73 | 7,07 |
| 6 Toshiba | 6,79 | 6,77 | 6,82 | 6,81 | 6,49 | 6,89 | 7,00 |
| 7 Lexmark | 6,48 | 6,49 | 6,46 | 6,48 | 6,47 | 6,84 | 6,30 |
| 8 Kyocera Mita | 6,33 | 6,11 | 6,69 | 6,44 | 6,21 | 6,68 | 6,13 |
| Promedio | 7,11 | 7,09 | 7,15 | 7,11 | 7,06 | 7,16 | 7,13 |

También la segunda marca es la misma del 2004: Hewlett Packard con 8,21 (7,63). IBM quedó tercera con 7,93 (7,62). Con la excepción de Acer –que ocupa el quinto lugar– las otras cuatro marcas evaluadas (in-

cluye a Dell) mejoraron sus notas este año. El promedio de la categoría fue de 7,67 (7,38 en el 2004 y 7,58 en el 2003). El rubro ocupó la cuarta posición entre las 34 categorías consideradas.

Encuesta |

Cinco de las seis marcas evaluadas superaron con holgura la marca promedio. La primera, Apple, se situó en el puesto séptimo en el cuadro general (17 el año pasado).

Computadoras portátiles

Fue la gran ganadora de este año. Una marca de la categoría se instaló en el lugar de privilegio del ranking general. Siempre fue una de las categorías mejor calificadas. En los dos años anteriores había ocupado la segunda posición en el ranking por rubros. Pero esta es la primera vez que una marca tecnológica ocupa el primer puesto en la general, hasta ahora reservado a hoteles, líneas aéreas internacionales y camiones (desde el año pasado).

El ganador de la categoría y del ranking general, entonces, fue Sony Vaio con 8,35 (8,09 el año pasado).

El promedio de la categoría fue de 7,67 (7,47 el año pasado). El segundo lugar fue para McIntosh con 8,16 (7,20). Le siguen Think Pad con 7,92 (7,75); Compaq (7,64) y Toshiba (7,64).

El segmento de laptops tuvo un promedio de 8,01 y se colocó también primera en el ranking por categorías.

Consultoras, bien como categoría

El promedio del sector fue de 7,28, superior a 7,01 del año pasado. Sin embargo, el líder de este año, McKinsey, obtuvo una nota de 7,43 (contra su propio 7,18 y el 7,45 del líder del año pasado, Booz Allen Hamilton). Segundo fue Booz Allen con 7,41 (7,45). Luego siguen IBM Consulting con 7,20; Boston Consulting Group con 7,19, y Accenture con 7,17.

Es de señalar que IBM pasó del final de la lista a la tercera posición.

La categoría obtuvo la posición 15 entre 34 (16 entre 39 el año pasado). Las cinco marcas evaluadas tienen puntaje más alto que la marca general promedio de este año.

Correos, más cerca del medio de la tabla

La categoría quedó en la posición 22 entre 34, cuando el año pasado era antepenúltima entre 39. Es tal vez el caso más relevante de mejoramiento sectorial.

Andreani obtuvo el primer lugar con 6,89 (6,12 el año pasado). Le siguen OCA con

Marcas por categorías

| | Promedio | AMBA | Interior | Cantidad de empleados | | | | |
|--------------------------------------|-------------------------|------|----------|-----------------------|----------|------------|----------|------|
| | | | | Hasta 30 | 31 a 200 | 201 a 1000 | +de 1000 | |
| Escuelas de negocios | | | | | | | | |
| 1 | IAE Universidad Austral | 8,20 | 8,12 | 8,33 | 8,10 | 8,29 | 8,20 | 8,25 |
| 2 | Univ. de San Andrés | 8,17 | 8,13 | 8,23 | 8,25 | 8,24 | 7,48 | 8,23 |
| 3 | Universidad ITBA | 7,70 | 7,68 | 7,75 | 7,61 | 7,69 | 7,54 | 7,95 |
| 4 | Universidad Di Tella | 7,52 | 7,49 | 7,58 | 7,60 | 7,53 | 7,73 | 7,30 |
| 5 | Universidad Cema | 7,34 | 7,34 | 7,35 | 7,34 | 7,46 | 7,46 | 7,17 |
| 6 | Univ. de Buenos Aires | 7,28 | 7,24 | 7,36 | 7,31 | 7,30 | 7,11 | 7,28 |
| 7 | Universidad Católica | 7,19 | 7,13 | 7,30 | 7,19 | 7,16 | 7,10 | 7,26 |
| 8 | EDDE (UADE) | 7,13 | 7,22 | 6,96 | 7,22 | 7,13 | 6,74 | 7,13 |
| | Promedio | 7,57 | 7,54 | 7,61 | 7,58 | 7,60 | 7,42 | 7,57 |
| Fax | | | | | | | | |
| 1 | Panasonic | 7,90 | 7,86 | 7,99 | 7,86 | 8,01 | 7,92 | 7,88 |
| 2 | Fax Xerox | 7,33 | 7,29 | 7,39 | 7,33 | 7,27 | 7,00 | 7,50 |
| 3 | Fax Toshiba | 7,06 | 6,94 | 7,27 | 7,15 | 7,08 | 7,00 | 6,91 |
| | Promedio | 7,43 | 7,36 | 7,55 | 7,44 | 7,45 | 7,31 | 7,43 |
| Hotel | | | | | | | | |
| 1 | Alvear Palace | 8,40 | 8,35 | 8,49 | 8,37 | 8,36 | 8,41 | 8,49 |
| 2 | Hilton | 8,33 | 8,28 | 8,41 | 8,26 | 8,46 | 8,46 | 8,26 |
| 3 | Four Seasons | 8,29 | 8,25 | 8,38 | 8,33 | 8,34 | 8,38 | 8,11 |
| 4 | Sheraton Park Tower | 8,18 | 8,19 | 8,15 | 8,05 | 8,29 | 8,14 | 8,28 |
| 5 | Sheraton | 8,13 | 8,10 | 8,18 | 7,96 | 8,24 | 8,16 | 8,28 |
| 6 | Caesar Park | 8,02 | 7,95 | 8,15 | 7,92 | 8,10 | 7,90 | 8,13 |
| 7 | Sofitel | 7,98 | 7,97 | 7,99 | 7,97 | 8,13 | 7,76 | 7,92 |
| 8 | Intercontinental | 7,96 | 7,90 | 8,07 | 7,99 | 7,91 | 7,76 | 8,05 |
| 9 | Plaza Marriot | 7,87 | 7,90 | 7,81 | 7,81 | 8,05 | 8,00 | 7,74 |
| 10 | Park Tower | 7,63 | 7,60 | 7,67 | 7,64 | 7,75 | 7,54 | 7,54 |
| 11 | Faena | 7,36 | 7,31 | 7,47 | 7,11 | 7,75 | 7,46 | 7,25 |
| 12 | Emperador | 7,15 | 7,06 | 7,31 | 7,08 | 7,23 | 7,36 | 7,09 |
| | Promedio | 7,94 | 7,91 | 8,01 | 7,87 | 8,05 | 7,94 | 7,93 |
| Líneas aéreas de cabotaje | | | | | | | | |
| 1 | LAN | 6,82 | 6,91 | 6,67 | 6,60 | 7,11 | 6,87 | 6,88 |
| 2 | Aerolíneas Argentinas | 6,71 | 6,64 | 6,83 | 6,62 | 6,93 | 6,59 | 6,66 |
| 3 | Austral | 6,05 | 6,02 | 6,10 | 5,82 | 6,44 | 5,85 | 6,07 |
| 4 | Southern Winds | 4,96 | 5,02 | 4,83 | 4,93 | 4,81 | 5,20 | 5,05 |
| | Promedio | 6,13 | 6,15 | 6,11 | 5,99 | 6,32 | 6,13 | 6,16 |
| Líneas aéreas internacionales | | | | | | | | |
| 1 | Lufthansa | 8,09 | 8,03 | 8,19 | 7,97 | 8,21 | 8,00 | 8,18 |
| 2 | British Airways | 7,94 | 7,84 | 8,12 | 7,88 | 8,11 | 7,81 | 7,94 |
| 3 | Air France | 7,81 | 7,83 | 7,79 | 7,78 | 7,81 | 7,62 | 7,94 |
| 4 | United Airlines | 7,77 | 7,71 | 7,87 | 7,82 | 7,67 | 7,69 | 7,80 |
| 5 | American Airlines | 7,75 | 7,83 | 7,61 | 7,77 | 7,82 | 7,86 | 7,59 |
| 6 | KLM | 7,71 | 7,64 | 7,85 | 7,60 | 7,88 | 7,48 | 7,81 |
| 7 | LAN | 7,27 | 7,28 | 7,24 | 6,94 | 7,56 | 7,39 | 7,45 |
| 8 | Varig | 6,95 | 7,04 | 6,76 | 6,95 | 6,87 | 6,81 | 7,07 |
| 9 | Aerolíneas Argentinas | 6,76 | 6,73 | 6,81 | 6,65 | 6,98 | 6,66 | 6,77 |
| 10 | Iberia | 6,40 | 6,35 | 6,48 | 6,35 | 6,41 | 6,10 | 6,55 |
| | Promedio | 7,44 | 7,43 | 7,47 | 7,37 | 7,53 | 7,34 | 7,51 |

6,76 (6,48 en el 2004 cuando fue primera) y Correo Oficial con 6,70 (contra 6,12 en la versión anterior).

Todas las marcas consideradas mejoraron sensiblemente sus notas, aunque ninguna llega a igualar la marca promedio del año. Lo acontecido es relevante porque históricamente ha sido una categoría con pobres

calificaciones. A veces ocupó el último puesto, o el penúltimo.

El promedio del rubro fue 6,78 (6,20 el año pasado), lo que muestra una interesante mejoría.

Courier, siempre con buenas notas

Usualmente los servicios internacionales

Encuesta |

de courier han obtenido buenas notas a lo largo de poco más de una década.

Este año, el promedio de la categoría fue 7,66 (7,30 en la versión anterior), colocándose en la quinta posición entre las 34 consideradas.

La marca líder sigue siendo Federal Express, con 8,15 (contra 7,84 del año pasado). Le siguen DHL, UPS y TNT. Todas ellas estuvieron por encima de la marca promedio de este año.

Federal Express quedó en la posición 17 en el ranking general.

Empleos temporarios

Esta es otra nueva categoría que debutó el año pasado, registrando pocos cambios. Desde la salida de la crisis, las empresas demandan más personal y recurren cada vez más a los servicios de empleos temporarios.

El líder de este año fue otra vez Manpower, que logró una calificación de 6,84 (6,68 el año anterior).

En segundo lugar quedó Adecco con 6,52 (5,86 el año anterior). Le sigue Bayton con 6,30 (6,36) y Sesa select con 5,65.

El promedio de la categoría fue de 6,33 (contra 6,23 de hace doce meses). Tanto la categoría como las marcas evaluadas están por debajo del promedio general de esta versión de las empresas que prefieren los empresarios.

Escuelas de negocios

Como siempre, a la cabeza está el IAE de la Universidad Austral. Meració 8,20 (contra 7,91 del año pasado). El promedio de la categoría fue de 7,57 (mejor que la nota de 7,24 en la versión precedente).

El IAE se colocó en el puesto duodécimo en el ranking general (octavo el año pasado).

Le sigue, muy cerca, la escuela de negocios de la Universidad de San Andrés (8,17). Luego aparece la del ITBA con 7,70; la de Di Tella con 7,52 y la del CEMA con 7,34. La categoría ocupa el lugar octavo entre las 34 evaluadas (fue novena el año anterior). Las 8 marcas incluidas en el ranking y la misma categoría, tuvieron mejor calificación que la marca promedio de este año.

Fax: muy poco cambio

La novedad es que Xerox que estaba tercera, pasó a la segunda posición. El líder de

Marcas por categorías

| | Promedio | AMBA | Interior | Cantidad de empleados | | | |
|--------------------------------|----------|------|----------|-----------------------|----------|------------|----------|
| | | | | Hasta 30 | 31 a 200 | 201 a 1000 | +de 1000 |
| Medicina prepaga | | | | | | | |
| 1 OSDE | 8,39 | 8,33 | 8,50 | 8,42 | 8,36 | 8,57 | 8,29 |
| 2 Swiss Medical | 7,64 | 7,59 | 7,73 | 7,70 | 7,70 | 7,46 | 7,56 |
| 3 Medicus | 7,34 | 7,31 | 7,39 | 7,48 | 7,17 | 6,97 | 7,43 |
| 4 OMINT | 7,07 | 7,04 | 7,15 | 7,04 | 7,01 | 7,19 | 7,16 |
| 5 SPM / TIM / Galeno Life | 7,05 | 7,01 | 7,12 | 7,10 | 7,19 | 6,53 | 7,03 |
| 6 Qualitas | 6,73 | 6,71 | 6,76 | 6,95 | 6,46 | 6,71 | 6,61 |
| Promedio | 7,37 | 7,33 | 7,44 | 7,45 | 7,32 | 7,24 | 7,34 |
| Operador Logístico | | | | | | | |
| 1 Andreani | 6,93 | 6,97 | 6,86 | 6,87 | 6,97 | 7,00 | 6,96 |
| 2 Ryder | 6,79 | 6,56 | 7,20 | 6,65 | 6,94 | 7,09 | 6,77 |
| 3 Cruz del Sur | 6,72 | 6,74 | 6,70 | 6,75 | 6,57 | 6,93 | 6,77 |
| 4 Exel | 6,53 | 6,63 | 6,33 | 6,13 | 6,77 | 6,91 | 6,80 |
| 5 Gefco | 6,14 | 6,11 | 6,20 | 5,71 | 6,10 | 7,38 | 6,31 |
| 6 Román | 5,95 | 6,22 | 5,55 | 5,82 | 6,42 | 6,43 | 5,61 |
| Promedio | 6,51 | 6,54 | 6,47 | 6,32 | 6,63 | 6,96 | 6,54 |
| Proveedores de Internet | | | | | | | |
| 1 Fibertel | 7,32 | 7,26 | 7,43 | 7,46 | 7,16 | 7,27 | 7,27 |
| 2 Arnet Highway | 6,52 | 6,40 | 6,72 | 6,46 | 6,79 | 6,65 | 6,29 |
| 3 Speedy | 6,50 | 6,45 | 6,58 | 6,36 | 6,77 | 6,71 | 6,36 |
| 4 Millicon - Ertach | 6,42 | 6,32 | 6,59 | 6,44 | 6,58 | 6,27 | 6,30 |
| 5 Flash | 6,31 | 6,25 | 6,43 | 6,11 | 6,33 | 6,60 | 6,50 |
| 6 Datco | 6,18 | 6,04 | 6,44 | 6,08 | 6,58 | 6,42 | 5,85 |
| 7 UOL | 6,11 | 6,03 | 6,25 | 5,97 | 6,25 | 5,94 | 6,24 |
| 8 Sky Online / Netizen | 5,90 | 5,80 | 6,07 | 5,87 | 6,35 | 5,84 | 5,58 |
| Promedio | 6,41 | 6,32 | 6,56 | 6,34 | 6,60 | 6,46 | 6,30 |
| Seguros de vida | | | | | | | |
| 1 Zurich Int. Life | 7,53 | 7,61 | 7,37 | 7,43 | 7,47 | 7,69 | 7,68 |
| 2 Metropolitan Life | 6,94 | 6,89 | 7,03 | 6,71 | 6,93 | 7,48 | 7,14 |
| 3 Alico | 6,43 | 6,35 | 6,59 | 6,26 | 6,78 | 6,32 | 6,45 |
| 4 Nación | 6,41 | 6,31 | 6,58 | 6,40 | 6,52 | 6,42 | 6,31 |
| 5 Siembra | 6,12 | 6,22 | 5,93 | 5,99 | 6,02 | 6,29 | 6,38 |
| Promedio | 6,68 | 6,67 | 6,70 | 6,56 | 6,74 | 6,84 | 6,79 |
| Seguros generales | | | | | | | |
| 1 La Caja | 7,10 | 7,03 | 7,23 | 7,14 | 7,07 | 6,87 | 7,17 |
| 2 Sancor | 6,92 | 6,95 | 6,87 | 6,93 | 7,06 | 7,07 | 6,70 |
| 3 La Buenos Aires | 6,86 | 6,96 | 6,66 | 6,59 | 6,96 | 7,12 | 7,07 |
| 4 San Cristóbal | 6,53 | 6,57 | 6,46 | 6,23 | 6,72 | 6,48 | 6,80 |
| 5 Federación Patronal | 6,44 | 6,50 | 6,33 | 6,43 | 6,49 | 6,57 | 6,37 |
| 6 La Segunda | 6,20 | 6,13 | 6,32 | 5,91 | 6,49 | 6,62 | 6,24 |
| 7 Provincia | 5,95 | 5,98 | 5,90 | 5,79 | 5,96 | 5,81 | 6,26 |
| Promedio | 6,57 | 6,59 | 6,54 | 6,43 | 6,68 | 6,65 | 6,66 |

la categoría sigue siendo Panasonic con una nota de 7,90 (7,67 en el 2004). El segundo, Xerox tiene 7,33 (6,85), y el tercero Toshiba, 7,06 (7,09).

El rubro tuvo una calificación promedio de 7,43 (7,14 el año pasado).

Panasonic quedó en el puesto 37 del ranking global (26 el año pasado).

Hoteles, esta vez al segundo lugar

Casi siempre obtuvo las mejores calificaciones como categoría e integró invariable-

mente el *top ten*. También este año pero con leves variaciones.

Hay tres marcas de hoteles entre las diez primeras del ranking general. Como categoría, quedó en el segundo lugar, con una calificación de 7,94 (7,59 en el 2004).

El mejor calificado, el Alvear Palace obtuvo 8,40 puntos (contra 7,95 del año anterior).

En la versión anterior quedó tercero, y ahora logró el liderazgo. En la tabla general quedó en la quinta posición.

La segunda marca fue Hilton con 8,33 (8).

Encuesta |

La tercera Four Season's con 8,29 (7,96). Luego aparecen Sheraton Park Tower, Sheraton; y Caesar Park.

Líneas aéreas de cabotaje

Usualmente, las empresas del rubro obtienen peor calificación que las que hacen vuelos internacionales. Esta vez fue más notable debido a la pésima calificación asignada a Southern Winds, por las razones bien conocidas que afectan la imagen de esta empresa. Tuvo una nota de 4,96 que resultó la peor entre las 213 marcas.

Otro cambio fue el relevo en el liderazgo. A pesar del poco tiempo que lleva haciendo cabotaje, la percepción de calidad que registran los opinantes puso a Lan Argentina en primer lugar, con 6,82, seguida por Aerolíneas Argentinas con 6,71 (6,84 el año pasado).

El promedio de la categoría fue de 6,13 (5,88 en el 2004). Como categoría ocupó el último lugar entre las 34 consideradas.

Hay todavía mucho margen para mejorar. Sin duda es una de las categorías donde se producen mayores variaciones.

Líneas aéreas internacionales

Como lo hiciera varias veces durante la década pasada, Lufthansa recuperó el liderazgo de la categoría. Obtuvo una nota de 8,09 (7,54 hace doce meses). Con todo, apenas le sirvió para estar en la posición 21° en el ranking general, y llevar a la categoría a la undécima posición entre 34. En ambas situaciones, históricamente el sector estuvo más encumbrado. El promedio de la categoría fue de 7,44 (7,39).

Otra europea, British Airways obtuvo la segunda posición con 7,94 (7,55). Luego siguen Air France, United, American y KLM. Otra vez aparecen en las mejores posiciones las empresas europeas.

Medicina prepaga

Este rubro presenta esta vez algunos rasgos singulares. La primera marca del sector, OS-DE, logró figurar en el top ten. Se ubicó en 6° lugar en el ranking general (primera vez que lo hace una empresa de salud) con una nota de 8,39 (fue de 7,70 el año pasado).

Lo curioso es que la diferencia entre la primera OSDE y la segunda, Swiss Medical con 7,64, da una enorme diferencia entre

Marcas por categorías

| | Promedio | AMBA | Interior | Cantidad de empleados | | | |
|---|----------|------|----------|-----------------------|----------|------------|----------|
| | | | | Hasta 30 | 31 a 200 | 201 a 1000 | +de 1000 |
| Servers | | | | | | | |
| 1 IBM | 8,08 | 8,09 | 8,08 | 8,11 | 8,20 | 7,58 | 8,12 |
| 2 HP | 7,97 | 7,91 | 8,07 | 7,88 | 8,05 | 7,96 | 8,02 |
| 3 SUN Microsystems | 7,72 | 7,70 | 7,76 | 7,56 | 7,85 | 7,84 | 7,80 |
| 4 Compaq | 7,55 | 7,57 | 7,50 | 7,48 | 7,75 | 7,41 | 7,54 |
| 5 Silicon Graphics | 7,16 | 7,21 | 7,08 | 7,03 | 7,48 | 7,14 | 7,03 |
| 6 Unisys | 6,98 | 6,89 | 7,17 | 6,84 | 7,00 | 7,30 | 7,05 |
| Promedio | 7,58 | 7,56 | 7,61 | 7,48 | 7,72 | 7,54 | 7,59 |
| Tarjeta de crédito | | | | | | | |
| 1 Visa | 8,17 | 8,15 | 8,20 | 8,10 | 8,28 | 8,08 | 8,22 |
| 2 American Express | 8,14 | 8,15 | 8,13 | 8,13 | 8,22 | 8,05 | 8,10 |
| 3 Mastercard | 7,31 | 7,32 | 7,29 | 7,16 | 7,35 | 7,18 | 7,57 |
| 4 Naranja | 6,41 | 6,47 | 6,29 | 6,63 | 6,17 | 6,83 | 6,11 |
| 5 Diners | 6,33 | 6,39 | 6,21 | 6,34 | 6,32 | 6,56 | 6,22 |
| 6 Provencred | 5,05 | 5,06 | 5,01 | 4,73 | 5,28 | 5,15 | 5,30 |
| Promedio | 6,90 | 6,92 | 6,85 | 6,85 | 6,94 | 6,97 | 6,92 |
| Telecomunicaciones: transmisión de datos | | | | | | | |
| 1 Impsat | 7,06 | 7,14 | 6,91 | 6,77 | 6,79 | 8,00 | 7,29 |
| 2 Telmex | 6,86 | 6,81 | 6,95 | 6,85 | 7,02 | 7,33 | 6,52 |
| 3 Comsat | 6,75 | 6,68 | 6,88 | 6,57 | 6,78 | 7,20 | 6,82 |
| 4 Datamarkets | 6,62 | 6,66 | 6,53 | 6,46 | 6,67 | 7,00 | 6,69 |
| 5 Millicon - Ertach | 6,33 | 6,17 | 6,65 | 6,24 | 6,53 | 6,43 | 6,27 |
| 6 Datco | 5,92 | 5,82 | 6,09 | 5,64 | 6,33 | 6,55 | 5,81 |
| Promedio | 6,59 | 6,55 | 6,67 | 6,42 | 6,69 | 7,08 | 6,56 |
| Telecomunicaciones: transmisión de voz | | | | | | | |
| 1 Telmex | 6,84 | 6,75 | 6,99 | 6,97 | 6,83 | 6,95 | 6,57 |
| 2 lplan | 6,63 | 6,57 | 6,74 | 6,44 | 6,58 | 7,38 | 6,64 |
| 3 Telecom | 6,53 | 6,41 | 6,72 | 6,48 | 6,55 | 6,66 | 6,52 |
| 4 Telefónica | 6,37 | 6,44 | 6,24 | 6,18 | 6,66 | 6,57 | 6,35 |
| Promedio | 6,59 | 6,54 | 6,67 | 6,52 | 6,65 | 6,89 | 6,52 |
| Telefonía celular | | | | | | | |
| 1 Nextel | 7,71 | 7,67 | 7,76 | 7,74 | 7,74 | 7,80 | 7,58 |
| 2 Movistar | 6,78 | 6,68 | 6,95 | 6,75 | 6,72 | 6,56 | 6,97 |
| 3 Personal | 6,36 | 6,24 | 6,55 | 6,18 | 6,38 | 6,42 | 6,62 |
| 4 CTI | 5,95 | 5,93 | 6,00 | 5,99 | 5,74 | 5,78 | 6,20 |
| Promedio | 6,70 | 6,63 | 6,81 | 6,66 | 6,64 | 6,64 | 6,84 |
| Universidad | | | | | | | |
| 1 Austral | 8,06 | 8,07 | 8,02 | 8,06 | 8,13 | 8,13 | 7,94 |
| 2 San Andrés | 8,02 | 7,94 | 8,17 | 8,08 | 8,03 | 7,71 | 8,04 |
| 3 ITBA | 7,95 | 7,92 | 8,00 | 7,91 | 8,19 | 7,75 | 7,82 |
| 4 Cema | 7,57 | 7,56 | 7,60 | 7,50 | 7,69 | 7,36 | 7,61 |
| 5 Di Tella | 7,43 | 7,36 | 7,55 | 7,43 | 7,66 | 7,16 | 7,30 |
| 6 Católica | 7,42 | 7,33 | 7,56 | 7,40 | 7,36 | 7,32 | 7,54 |
| 7 de Buenos Aires | 7,28 | 7,29 | 7,27 | 7,13 | 7,35 | 7,51 | 7,39 |
| 8 UADE | 7,06 | 7,12 | 6,95 | 6,99 | 7,15 | 6,79 | 7,20 |
| 9 del Salvador | 7,03 | 7,13 | 6,83 | 6,90 | 7,00 | 7,16 | 7,21 |
| 10 de Belgrano | 6,74 | 6,78 | 6,66 | 6,71 | 6,64 | 6,86 | 6,83 |
| Promedio | 7,45 | 7,45 | 7,46 | 7,41 | 7,52 | 7,37 | 7,49 |

el líder y el resto del pelotón: 75 centésimas. Algo que no se da en las restantes categorías.

También mejoró la calificación del rubro: fue de 7,37 (contra 7,11 del año pasado). No hubo cambios en el orden de los tres

primeros puestos. El tercero fue Medicus con 7,34 (7,16).

De las seis marcas consideradas, tres están por encima de la marca promedio de este año, y otras tres por debajo.

Encuesta |

Nueva categoría: operador logístico

Es una novedad de esta versión de la encuesta, que refleja el auge del sector. En su debut tuvo un promedio como categoría de 6,51, por debajo del promedio general de este año.

La marca mejor calificada fue la nacional Andreani con 6,93. Luego aparece la internacional Ryder con 6,79. En tercer lugar, Cruz del Sur con 6,72.

Se evaluaron seis marcas líderes en el sector. Hay margen para mejorar. La categoría es la número 30 entre 34.

Proveedores de Internet

El promedio de la categoría este año fue de 6,41, contra 6,50 el año pasado, lo que significa –analizando el 2003– que hubo retroceso en los últimos tres años.

El líder del sector volvió a ser Fibertel, con 7,32 (obtuvo 7,23 el año pasado). En segundo lugar quedó Arnet con 6,52. Le siguen Speedy, Millicom-Ertach, Flash, y Datco.

Fibertel quedó en la posición 85 en la general. Con la excepción del líder de la categoría, todas las demás las marcas evaluadas exhibieron registros por debajo de la marca promedio de este año.

Seguros de vida

La categoría ocupó la posición 24 entre 34 calificadas (30 entre 39 el año pasado). Es el segmento del sector financiero que mejor recupera su imagen entre los encuestados. Como el resto del sector financiero, la nota de la categoría –6,68– quedó por debajo de la media, pero fue mayor que la de 6,53 del año pasado y de 6,12 en el 2003.

Otra vez el líder fue Zurich, con 7,53 (7,22 el año pasado). En el ranking general Zurich quedó en la posición 70 (fue 75 el año pasado).

En segundo lugar quedó Metropolitan Life con 6,94 que asciende desde la tercera posición. Luego Alico, Nación y Siembra. Solamente el líder, Zurich, está por encima de la marca promedio de este año.

Seguros generales

La categoría tuvo un promedio de 6,57 (fue de 6,47 el año pasado y de 6,25 en el 2003). Lo que confirma la recuperación paulatina de los sectores financieros.

El primer puesto fue, otra vez, para La Caja con 7,10 contra 7,06 del 2004.

En segundo lugar aparece Sancor, con 6,92.

Luego vienen la Buenos Aires con 6,86; y San Cristóbal con 6,53.

La categoría se ubicó 27 entre 34.

Servers

El promedio de la categoría este año fue 7,58, contra 7,19 del año pasado y 7,32 del 2003.

IBM desplazó –otra vez– del liderazgo a Hewlett Packard que quedó segunda. La primera logró una nota de 8,08 (contra 7,26 el año pasado). La segunda registró 7,97 (7,52).

Luego aparece Sun Microsystems con 7,72. IBM quedó en el puesto 22 del cuadro general. La categoría se situó en la sexta posición entre las 34 votadas.

Tarjetas de crédito

Esta vez hay que decir: como no es habitual, el liderazgo quedó en manos de Visa con 8,17 (7,42 el año pasado).

American Express, que invariablemente retenía la primera posición del sector y que hasta llegó a colocarse entre las *top ten*, quedó esta vez segunda a escasa distancia con 8,14 (7,80 el año pasado). Sigue Mastercard con 7,31 (6,97).

Las tres marcas con notas muy superiores a la marca promedio.

Por segundo año consecutivo, en el cuarto lugar está Naranja –con enorme potencial en el interior del país– relegando otra vez a Diners.

La categoría obtuvo un promedio de 6,90 contra 6,61 de la versión precedente.

Telecomunicaciones: transmisión de datos

Repitió Impsat con 7,06 para estar a la cabeza del segmento (6,78 el año anterior).

El avance impetuoso fue de la flamante Telmex que se colocó en la segunda posición con 6,86. Luego vienen Comsat y Datamarkets.

La categoría obtuvo un promedio de 6,59 (6,48 el año anterior). La categoría transmisión de datos logra la posición 26 entre 34. Impsat se ubica en el puesto 113 en el cuadro general de marcas evaluadas.

Telecomunicaciones: transmisión de voz

Aquí hubo sorpresas por partida doble. En el primero y en el segundo puesto.

El liderazgo fue para Telmex con 6,84. Pero la segunda posición fue para iPlan con 6,63.

En el tercer y cuarto lugar quedaron Telecom y Telefónica.

La categoría tuvo un promedio de 6,59, inferior a la marca promedio.

Con la calificación obtenida en este rubro, Telmex ocupa el puesto 133 en el listado total de marcas calificadas.

Telefonía celular

Hay un firme liderazgo. Cualquiera sea el volumen del despliegue de marketing protagonizado por todo el sector, Nextel sigue firme encaramado en la primera posición con una nota de 7,71 (6,89 el año pasado).

Lo singular es que entre el primero, Nextel, y el segundo, Movistar con 6,78, hay una enorme diferencia de más de un punto, lo que explica la valuación exigente que hacen los distintos usuarios de las prestaciones de cada compañía con independencia del volumen publicitario que inviertan. Lo curioso es que la categoría repitió con total exactitud la calificación de 6,70 que tuvo año pasado.

Con esta nota, Nextel ocupa la posición 54 en el ranking general.

Universidades

Hubo desplazamientos. El tercero del año pasado pasó a ser primero. El segundo quedó tal cual, y el tercero es ahora el líder del año pasado. A su vez, el quinto cambió posiciones con el cuarto de entonces, que descendió un escalón.

El primer lugar correspondió este año a la Universidad Austral con 8,06 (7,62 el año pasado). San Andrés sigue segunda con 8,02 (7,70) y el ITBA aparece tercera con 7,95 (7,86). Cema, con 7,57 (7,33) se ubica cuarta. Di Tella queda quinta con 7,43 (7,55). Es la única del pelotón de vanguardia que no mejora su nota con respecto al año anterior.

La categoría obtuvo un promedio de 7,45 (contra 6,97 del año pasado y 7,12 del 2003).

De las 10 marcas consideradas, siete recibieron una calificación superior al promedio.

La categoría se situó en el puesto décimo entre las 34 evaluadas. La Universidad Austral quedó en la posición 23 entre las 213 marcas consideradas. **M**