

ARCOR, OTRA VEZ AL TOPE

Una vez más, Arcor se impuso en el resultado global del Ranking Total de Prestigio Empresario, la encuesta más amplia y rigurosa en su tipo, que toma en consideración todos los aspectos que hacen al prestigio de una empresa. Unilever retuvo el segundo puesto, mientras que Coca Cola completó el podio.

Aún en una contingencia negativa, Arcor sigue haciendo valer su renombre. Quedó demostrado al ubicarse una vez más, la empresa cordobesa, primera en el resultado general del Ranking Total de Prestigio Empresario 2019. Se difundió ampliamente que el último balance de Arcor tuvo resultado negativo, hecho que llamó la atención porque esta es la segunda vez en su historia de siete décadas que la compañía perdió plata. Sin duda esto se debió a la persistente recesión que ocasionó una fuerte caída de las ventas y también a la devaluación que abultó la deuda financiera.

Entre los atributos que se le reconocen ampliamente a Arcor se encuentra su fidelidad a los principios de eficiencia y competitividad, así como la permanente inversión para el crecimiento sostenido en el país y en el exterior, principios establecidos por su fundador y primer líder, Fulvio Pagani, padre del actual presidente del grupo.

El crecimiento de Arcor se dio mediante la adquisición de empresas del rubro alimenticio o el establecimiento en otros países de la región. De esta forma, Arcor se transformó en una de las pocas compañías “multilatinas” de la Argentina, que además llega con sus exportaciones a países de los cinco continentes.

El rubro “Alimentos” fue liderado en esta edición del Ranking de Prestigio Empresario por Arcor, pero la compañía también se impuso en otros ítems, como “Calidad de los Recursos

Humanos”, “Responsabilidad Social Corporativa”, “Imagen Pública”.

Al mismo tiempo, Arcor logró excelente ubicación en otros rubros evaluados, como “Calidad del Equipo Gerencial”, “Calidad de los Productos y Servicios” y en “Portafolio de Marcas”.

Además, Luis Pagani, su presidente, alcanzó una vez más el primer lugar entre los empresarios más prestigiosos de la Argentina. Todo esto justifica el liderazgo de Arcor en cuanto a reputación corporativa, un sitio que viene manteniendo desde hace años en el país.

POR QUÉ UN “RANKING TOTAL”

En el encabezamiento de esta página figura un cuadro de honor, que incluye los nombres de las empresas que

lograron los diez primeros puestos en lo que hemos denominado “Ranking Total”. Los puntos que se consignan para cada empresa, reflejan un índice en el cual se ha expresado la suma ponderada de los apoyos logrados por cada compañía en las distintas preguntas planteadas en la encuesta de alto nivel con que se construye este listado. El mix de la ponderación también surge de los propios encuestados, según el resultado de sus respuestas a la pregunta por la importancia relativa de los distintos rubros de desempeño empresarial.

De este modo se logra este Ranking Total que incluye las empresas más prestigiosas de la Argentina

POSICIONES RANKING GLOBAL		
POS.	EMPRESA	PUNTUACIÓN
1	ARCOR	100
2	COCA COLA	89,23
3	UNILEVER	77,09
4	GOOGLE	68,51
5	TOYOTA	60,47
6	QUILMES	48,29
7	BANCO SANTANDER	46,55
8	MERCADO LIBRE	40,31
9	BANCO GALICIA	38,05
10	MASTELLONE HNOS.	35,13

según la percepción de los empresarios y ejecutivos encuestados. El ranking se realiza a partir de las menciones espontáneas de las empresas definidas como prestigiosas por los encuestados, a través de la calificación de su desempeño tanto en el orden sectorial, como en cada uno de los atributos de prestigio evaluado. También se toma en cuenta para el resultado global, la calificación de sus máximos ejecutivos y de sus marcas en los rankings de prestigio específicos para esas dos categorías.

Así pues, este cuadro engloba todas las dimensiones que evalúa la encuesta:

- Mención espontánea de empresas más prestigiosas
- Mención de empresas más prestigiosas por sector
- Liderazgo en los atributos de prestigio evaluados
- Mención de empresarios más prestigiosos
- Mención espontánea de marcas más prestigiosas

LOS RESULTADOS

Además del claro liderazgo de Arcor en el resultado global final, hubo otras compañías que lograron destacarse. Sufriendo un par de escalones en relación a la performance del ranking del año pasado, se colocó en segundo lugar Coca Cola. Sin duda pesa el reconocimiento tradicional de la marca, así como muy buenas ubicaciones en cuanto a Estrategias de Marketing y Comunicación, en su rubro Bebidas, Responsabilidad Social, Portafolio de Marcas e Imagen Pública.

Unilever, como siempre, tuvo muy buenos porcentajes de recordaciones, ubicándose en el tercer lugar en el ranking total. El grupo logró un muy amplio liderazgo en el rubro de “Higiene y Cosmética” y un primer puesto muy holgado también en lo referente a “Portafolio de Marcas”, donde obtuvo la cuarta parte de las primeras recordaciones. Pero también se colocó a la cabeza en otro rubro muy importante, como lo es el de “Calidad del Equipo Gerencial”.

Google siguió ascendiendo en el top ten del resultado general, ubicándose esta vez en el cuarto lugar. Sin duda se trata de una de las compañías que más han influido en la vida diaria de las personas en todo el mundo. Además, en los últimos años, ha venido ofreciendo soluciones para empresas, sobre todo pymes.

Toyota Argentina logró asimismo una destacada figuración. La compañía japonesa ha realizado fuertes inversiones en la capacidad y calidad de su planta, logrando ser el principal exportador de la industria a partir de una diversificación de los mercados regionales a los que llega y al éxito de la Hillux, fabricado en la Argentina para la región. Este enfoque de negocios le ha permitido mantener el crecimiento inclusive en momentos de retracción de los mercados tradicionales para la industria, como ocurrió con Argentina y Brasil.

Quilmes recuperó un par de escalones y se ubicó en esta oportunidad en la sexta posición. Fue muy destacable la performance de la compañía, imponiéndose en la pregunta referente a la Estrategia de Marketing y Comunicación y con excelentes posicionamientos en otros rubros, como Imagen Pública, en el sector Bebidas, en la Capacidad de adaptación al Entorno, entre otros.

Banco Santander Rio continuó apareciendo entre los más mencionados, ubicándose en esta oportunidad en el séptimo lugar y primero en lo referente al sector bancario. La entidad ha venido consolidando su crecimiento, tanto en el negocio minorista como en el corporativo. Se ubicó asimismo como el banco que más prestó al sector privado.

Mercado Libre aparece por primera vez en el top ten del ranking general de Prestigio. La empresa capitaneada por Galperin, es la número uno por valor de mercado y sigue creciendo al agregar al e-commerce un floreciente negocio de pagos y servicios financieros on line.

Banco Galicia en tanto, descendió un lugar, pero logró igualmente un valioso noveno puesto en el listado global. **Galicia** ha seguido una estrategia expansiva, con oferta de crédito y soluciones financieras para todos los sectores y un trabajo importante en la banca on line.

Mastellone Hermanos se mantuvo en el top ten. Las dificultades financieras se vienen arrastrando desde hace años, obligando a la familia controlante a vender parte de las acciones al grupo Arcor, que gradualmente tomaría el control de la compañía. Pero siguen pesando la buena percepción que existe de la calidad de sus productos, del prestigio de su marca, la Estrategia de Marketing y Comunicación, así como su Imagen Pública. ■

ASPECTOS TÉCNICO – METODOLÓGICOS

Tipo de estudio: Descriptivo y cuantitativo

Técnica de recolección de datos: Cuestionario estructurado, administrado telefónicamente.

Muestreo: No Probabilístico y la técnica de muestreo utilizada fue accidental/ intencional.

Área muestral: Capital Federal y Gran Buenos Aires.

Cantidad de encuestas: 345 casos efectivos

Unidad de análisis: CEO, Directores, Gerentes y Jefes de Área de compañías. Líderes de opinión pública relacionados con el ámbito empresarial.

Período de captura de datos: desde el 30/9/19 hasta el 1/11/19.

DIMENSIONES EVALUADAS EN EL ESTUDIO

- 1 - Evaluación de atributos que construyen el concepto de prestigio empresario.
- 2 - Evaluación de menciones espontáneas de empresas calificadas como “prestigiosas”.
- 3 - Evaluación de menciones espontáneas de empresas calificadas prestigiosas por sector de actividad.
- 4 - Evaluación de menciones espontáneas de empresas que mejor representan cada atributo de prestigio evaluado.
- 5 - Evaluación espontánea de empresarios prestigiosos.
- 6 - Evaluación de marcas prestigiosas.

Metodología y diseño de la encuesta: Braidot y Asociados.

Realización: Equipo de Research de Prensa Económica.

EL PODER DE LAS MARCAS



Los gigantes de internet y la tecnología ratificaron el liderazgo en cuanto al prestigio de sus marcas. Como líder absoluta quedó en esta oportunidad Google. Sin duda Google es hoy en día una de las grandes marcas a nivel mundial, por su fabulosa penetración como líder de Internet. El poderío acumulado como buscador, le ha servido para comercializar nuevos productos y servicios asociados, inclusive en Argentina.

Otra gran marca tecnológica internacional, como Apple, sigue ocupando el segundo lugar. La variedad de productos innovadores introducidos por la marca de la manzana es impresionante y ha revolucionado el mundo de la tecnología e influido en la vida diaria de millones de personas.

Como primera marca prestigiosa de origen nacional, aparece en este ranking, La Serenísima. La misma es habitualmente bien considerada dentro de las compulsas masivas y también lo es en el plano de los empresarios y ejecutivos consultados. Además de ser una empresa nacional, está asociada a un producto noble, como es la leche. La empresa ha logrado granjear el respeto para esta marca que tiene fama de confiable, tradicional y exitosa.

A continuación se ubica Coca Cola. Desde hace mucho tiempo, Coca Cola es una de las marcas más valiosas en el mundo entero y con un reconocido prestigio también en la Argentina.

Mercado Libre es valorada no solo como empresa sino

también como marca exitosa, bajo la cual comienzan a agruparse otras marcas vinculadas como Mercado Pago o Mercado Crédito, que incursionan en el rubro fintech. Quilmes es una marca de gran trayectoria en el mercado local de las bebidas. Ambev, su actual accionista, le ha dado mayor impulso logrando capturar buena parte del auge local del consumo de cervezas.

Ha sido notable el ascenso de Toyota en la consideración de prestigio, no solo como empresa, sino también como marca. Sus productos son percibidos como sólidos, confiables y de buena calidad, logrando desplazar así en el top ten automotriz a otras marcas más tradicionales en el mercado local.

No hay duda que la marca Arcor es prestigiosa, sobre todo teniendo en cuenta la diversidad y variedad de productos que engloba. Por otro lado, la marca Arcor funciona como sello o aval de otras marcas de la compañía que

abarcan alimentos, chocolates, golosinas, helados y galletas.

Nestlé, la compañía de alimentos más grande del mundo, está presente en la Argentina en diferentes categorías del mercado con productos de reconocida calidad, que llevan la propia marca Nestlé o derivados, como Nescafé, Nesquik, Nestum, entre otros. Natura se inscribe también en el top ten. La empresa de productos cosméticos de origen brasileño, ha sentado una base importante en Argentina, expandiéndose en el país y en la región. ■

MARCAS MÁS PRESTIGIOSAS

MARCA	1ª MENCIÓN	2ª MENCIÓN	3ª MENCIÓN	TOTAL
GOOGLE	18,2	14,3	10,7	14,4
APPLE	14,5	10,4	13,4	12,8
LA SERENÍSIMA	9,1	9,6	10,8	9,8
COCA COLA	8,6	7,7	6,9	7,7
MERCADO LIBRE	4,8	4,2	3,5	4,2
QUILMES	3,5	4,4	3,9	3,9
TOYOTA	3,3	2,8	4,2	3,4
ARCOR	2,9	3,4	3,3	3,2
NESTLÉ	2,8	2,9	2,3	2,7
NATURA	2,6	2,8	2,5	2,6

LOS EMPRESARIOS MÁS PRESTIGIOSOS DEL PAÍS

El liderazgo en cuanto al prestigio de los empresarios fue retenido por Luis Pañani, a pesar de las dificultades de Arcor. El imparable ascenso de Marcos Galperín y Martín Migoya, conductores de dos de los “unicornios” argentinos del comercio electrónico y la tecnología.



Desde hace muchos años, invariablemente, Luis Pañani es elegido como el empresario más prestigioso de la Argentina, condición que fue ratificada en el presente ranking. Este resultado habla a las claras de que Pañani se ha ganado el respeto y la admiración de sus pares y de quienes conocen el mundo empresarial.

Ante tiempos tormentosos, Pañani volvió a asumir las riendas del grupo Arcor en el día a día, no solo como presidente sino también como CEO. La empresa continuó con su tradición inversora, aunque la gran devaluación le jugó una mala pasada y dejó a la compañía con una deuda muy abultada. Y a eso se agregó un descenso de las ventas por la caída del consumo. Se le reconoce a Pañani imponer una cultura de profesionalismo y eficiencia, a la vez que de gran integridad, creciendo en base a la permanente inversión en el medio local e internacional. A pesar de que en 2019 mantuvo un perfil bajo, su predicamento es innegable en el concierto del empresariado industrial local.

Confirmando su ascenso en este ranking, quedó esta vez en segunda posición como empresario prestigioso **Marcos Galperin**, el fundador y líder de Mercado Libre, uno de los pocos “unicornios” de la región, que ha llegado a ser la empresa más valiosa de la Argentina. Galperin agregó a la actividad de e commerce, que sigue expandiendo en el país y en la región, una fuerte incursión en el negocio financiero virtual, aprovechando el gran poder de llegada y distribución del grupo.

Otro que se ha sumado al podio de los empresarios prestigiosos es **Martín Migoya**, presidente y líder de otra empresa local de gran éxito, como lo es Globant. Como proveedor de soluciones de software a medida, trabaja para grandes multinacionales, exportando la gran parte de su producción y estableciéndose además en varios países.

Gustavo Grobocapatel se ha consolidado en el ranking de empresarios prestigiosos permaneciendo entre los más mencionados desde hace tiempo. Con un perfil muy alto, se ha colocado en la percepción general como el abanderado de la “nueva agricultura”, con esquemas modernos de negocio y de tecnología y ahora con una fuerte proyección



ATRIBUTOS QUE DEFINEN EL PRESTIGIO

en un rubro muy sensible, como es el alimenticio. En esta oportunidad, quedó en el segundo lugar en los resultados de este rubro.

Con su gran variedad de productos tanto de higiene, como de alimentación, Unilever es una compañía valorada por la confiabilidad de los mismos. Si bien descendió algo en este ranking con respecto a los anteriores, continúa ocupando un lugar en el podio.

Arcor, a su vez, tuvo una buena performance en este aspecto, con porcentajes muy parejos de primeras y segundas menciones y en el total de las mismas.

En el quinto lugar irrumpe otra vez la tecnología de la mano de Apple, cuyos productos innovadores causan una gran adhesión, cuando no fanatismo.

Nestlé es otra compañía a la que se asocia el concepto de confiabilidad en sus productos y se refleja otra vez esa percepción en esta investigación. Otro tanto ocurre con Danone, empresa multimarca del rubro alimenticio que volvió a integrar este cuadro de destaque.

Además de Coca Cola, que viene mostrando flexibilidad en sus productos y presentaciones, en esta oportunidad ingresaron a este importante listado la ascendente Toyota y la tradicional Bagó.

SOLVENCIA ECONOMICO FINANCIERA

Otro atributo que ha resultado clave este año y lo seguirá siendo en el corto plazo, es el de Solvencia Económico Financiera. Aquí, Banco Nación logró instalarse en el primer lugar, apoyado en su condición de banco oficial por excelencia en momentos de incertidumbre.

Santander Río avanzó al segundo lugar en este listado. En un año en el que los bancos lograron mantener ganancias, a pesar de la crisis cambiaria y financiera que afectó al país.

El Galicia es otro banco que ascendió en el ranking de solvencia, al igual que el BBVA Francés, ratificando que ese sector financiero ha logrado atravesar con éxito los momentos de zozobra en los mercados.

Techint afrontó la caída de la demanda en su negocio siderúrgico, pero se expandió en el sector petrolero, con grandes inversiones en Vaca Muerta y una polémica situación en cuanto a un subsidio suspendido en esta actividad. Igual conservó el quinto puesto en Solvencia.

Los gigantes del complejo cerealero y aceitero, Cargill y Bunge, también proyectan la imagen de la solidez de sus finanzas, basadas en su predominio en un sector clave de la economía argentina.

YPF ha realizado fuertes inversiones con socios externos en Vaca Muerta, logrando además una mejora productiva. Pero los resultados financieros siguen siendo negativos, bajo el peso de una considerable deuda.

ESTRATEGIA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Quilmes ha logrado afianzarse en cuanto a las recordaciones en este rubro, al punto que logró el primer lugar por cuarto año consecutivo, postergando a rivales de gran experiencia y actividad en lo referente a Estrategia de Marketing y Comunicación.

CALIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

MARCA	1ª MENCIÓN	2ª MENCIÓN	3ª MENCIÓN	TOTAL
GOOGLE	14,6	13,9	11,4	13,3
MASTELLONE HNOS.	13,8	13,8	14,6	14,1
UNILEVER	11,6	12,2	10,2	11,3
ARCOR	9,1	7,5	8,8	8,5
APPLE	7,8	8,7	5,5	7,3
DANONE	4,7	4,1	4,5	4,4
NESTLÉ	3,6	3,2	3,3	3,5
TOYOTA	3,2	3,6	3,7	3,5
COCA COLA	3	2,9	2,8	2,9
BAGÓ	2,1	2,2	2,1	2,1

SOLVENCIA ECONOMICO FINANCIERA

MARCA	1ª MENCIÓN	2ª MENCIÓN	3ª MENCIÓN	TOTAL
BANCO NACIÓN	15,9	14,6	10,5	13,4
SANTANDER RIO	15,2	13,4	12,6	13,7
BANCO GALICIA	12,5	9,7	8,2	10,1
TECHINT	9,6	7,2	7,5	8,1
CARGILL	6,6	6,3	5,4	6,1
BUNGE	5,9	6	3,3	5,1
YPF	5,7	6,2	6,9	6,3
BBVA FRANCÉS	3,5	3,9	4	3,8
QUILMES	3,1	2,6	2,4	2,7
BANCO MACRO	2,9	2,4	2,6	2,6

Quilmes ha prevalecido en base a campañas de publicidad y comunicación muy inteligentes, que han logrado su objetivo.

El segundo puesto de Coca Cola no debe sorprender dada la trayectoria de la compañía en este aspecto, en busca de empatizar con su público.

Otro tanto puede decirse de Mastellone Hermanos, que logró el tercer lugar en lo referente a primeras recordaciones. La empresa líder del sector lácteo ha sabido reforzar en sus comunicaciones la imagen de calidad y de producto noble que la caracteriza.

Por supuesto Unilever también tiene figuración destacada en este ranking, debido a la intensa tarea de marketing que exige su amplia cartera de marcas de consumo masivo, en renglones tan diversos como la alimentación y la higiene.

— PRESTIGIO EMPRESARIO

Banco Galicia estuvo entre los más recordados, destacándose el impacto de sus avisos televisados que desde hace años mantienen el rendimiento de los personajes de sus campañas.

Otro banco que se incorporó al “top ten” en este rubro es el Ciudad, que también ha tenido logradas comunicaciones televisivas.

Si bien las campañas de lanzamiento de nuevos productos automotrices no han sido tan abundantes este año, igualmente han logrado buena recordación las realizadas por Toyota, Ford y Volkswagen.

CALIDAD DE LOS RECURSOS HUMANOS

Como en cada edición de este ranking, se presenta en los resultados del atributo Calidad de los Recursos Humanos, una dispersión de las respuestas mayor que en otros. Hubo de todos modos dos empresas que se distanciaron del resto en los primeros lugares y que se destacan tradicionalmente por su tarea muy intensa en todo lo relacionado con los recursos humanos. Una de ella es Arcor, que esta vez quedó en el primer lugar, seguida de cerca por Unilever.

Santander Río subió en este ítem y quedó en tercer puesto. Es también una entidad que ha dedicado muchos esfuerzos en la capacitación del personal.

Techint, que también se destaca por sus esfuerzos en contar con recursos humanos de calidad, se situó en este listado en el cuarto lugar. La organización de los Roca se caracteriza por las oportunidades que brinda a jóvenes profesionales y la capacitación que ofrece.

Dos terminales automotrices también figuran en este cuadro de honor: se trata de Toyota y Volkswagen, con sólidas y avanzadas políticas de recursos humanos.

Además de Coca Cola y Quilmes, que ya figuraban el año pasado entre las más votadas en este rubro, Globant vuelve a aparecer en él, al igual que la auditora y consultora PwC.

CALIDAD DEL EQUIPO GERENCIAL

Unilever obtuvo el primer puesto en la consideración de los encuestados en lo referente a la Calidad del Equipo Gerencial, un atributo muy valorado en general por los opinantes en este trabajo. Unilever se ha esforzado a lo largo de los años por mantener un nivel de excelencia en sus equipos gerenciales, lo cual es reconocido en esta encuesta.

Ascendiendo al segundo lugar y a muy corta distancia, se ubica Arcor, empresa que, generalmente ha estado en las primeras posiciones en el rubro

Coca Cola también cuenta con un plantel gerencial que goza de muy buena reputación, por lo que la empresa quedó esta vez en este atributo en la tercera colocación.

Conservando la posición obtenida en el ranking anterior en este rubro, Techint se colocó en cuarto lugar, lo cual es acorde a los esfuerzos de profesionalización y excelencia que viene desarrollando la compañía en este aspecto desde hace años.

En el sector de las terminales automotrices hay dos que se destacan ampliamente por la percepción que existe sobre la calidad de sus management, que son Toyota y Volkswagen.

ESTRATEGIA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

MARCA	1ª MENCIÓN	2ª MENCIÓN	3ª MENCIÓN	TOTAL
QUILMES	20,2	16,4	10,4	15,7
COCA COLA	17,5	15,6	11,9	15
MASTELLONE HNOS.	10,8	9,3	8,1	9,4
UNILEVER	8,3	7,8	7,8	8
BANCO GALICIA	7,5	5,7	4,4	5,9
TOYOTA	4,9	4,2	3,2	4,1
FORD	4,3	4,6	4,7	4,5
ARCOR	3,1	4,1	3,2	3,5
BANCO CIUDAD	2,7	2,3	2,6	2,5
VOLKSWAGEN	2,2	2,4	2	2,2

CALIDAD DE LOS RECURSOS HUMANOS

MARCA	1ª MENCIÓN	2ª MENCIÓN	3ª MENCIÓN	TOTAL
ARCOR	15,3	13,4	9,2	12,6
UNILEVER	13,9	11,2	10,4	11,8
SANTANDER RIO	11,6	8,4	8,1	9,4
COCA COLA	11,3	8,8	5	8,4
TECHINT	10,5	4,2	3,1	5,9
QUILMES	7,5	4,5	3,5	5,2
PWC	3,9	3,8	2,1	3,3
TOYOTA	3,3	2,9	2,3	2,8
GLOBANT	2,2	1,5	2	1,9
VOLKSWAGEN	2,2	1,9	2,1	2

Quilmes sigue siendo reconocida por su alto nivel de profesionalidad en sus planteles gerenciales y otro tanto está ocurriendo últimamente con el banco Santander Río. Aparece por primera vez en este listado Mercado Libre, el unicornio argentino que se no para de avanzar en el e-commerce y los servicios financieros.

CAPACIDAD DE ADAPTACION AL ENTORNO

Este atributo volvió a merecer en esta edición del ranking una consideración importante, por la complejidad de la coyuntura que desafía seriamente a las empresas. Sin duda hay en este rubro valoraciones coyunturales en el accionar de las compañías, sin embargo quién predominó en el ítem subiendo al primer puesto fue Grupo Newsan. Basado durante años en el sector electrónico demostró una gran flexibilidad, ya que al cambiar las reglas de juego

ATRIBUTOS QUE DEFINEN EL PRESTIGIO

en dicho sector, abrió otra unidad de negocios un rubro muy distinto con un crecimiento espectacular. En pocos años Newsan Food se transformó en la mayor empresa pesquera del país y avanza con proyectos en carnes y otros productos alimenticios.

Ascendiendo al segundo puesto, Quilmes encuentra reconocimiento a su despliegue para capturar el ascendente mercado de la cerveza en el país.

Por primera vez aparece entre los diez mejores de este rubro Mercado Libre. La empresa de Galperin sigue incursionando en el ascendente mercado fintech, con propuestas que logran rápida respuesta del público.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Arcor logró retener el primer lugar, tanto en las primeras recordaciones como en el total de las mismas, demostrando una vez más, que es una compañía con muy buena reputación en este rubro cada vez más importante para las empresas.

En segundo lugar se ubicó Coca Cola, compañía que, al igual que Kimberly Clark, desarrollan enfoques muy elogiados en lo relacionado a responsabilidad social.

Quilmes, que se ubicó en esta oportunidad en el cuarto lugar en cuanto a primeras recordaciones, se destaca entre otras cosas por sus campañas de consumo responsable. Natura es una empresa que tiene en sus genes, en su razón de ser, la relación con el concepto de lo natural, de lo no agresivo para las personas y el ambiente.

Toyota Argentina está poniendo énfasis en los últimos tiempos en sus acciones de responsabilidad social corporativa y también lo está haciendo desde antes aun, Telefónica de Argentina.

Osde completa la nómina de las empresas percibidas como las más comprometidas con la función social de las compañías.

PORTAFOLIO DE MARCAS

Con una gran trayectoria en cuanto a cantidad de marcas de peso y tradición en el mercado en ese rubro, se destaca ampliamente Unilever. Así volvieron a reconocerlo los encuestados, que le dieron el primer lugar en este cuadro por una diferencia bastante apreciable. Unilever logró más del 23% de las primeras menciones.

Por su parte, Coca Cola logró una ubicación preponderante en la consideración de los encuestados en este rubro, no sólo por el nombre de la empresa que también es una marca muy valiosa, sino por las otras marcas de bebidas que ha ido imponiendo en el mercado local.

Pepsico es otra multinacional que mantiene un amplio portafolio de marcas en el mercado local.

Arcor justifica asimismo su participación en este cuadro, con sus varias marcas en el rubro alimenticio. Lo mismo puede decirse de las empresas que le siguen, Molinos Rio de la Plata, Nestlé y Danone.

VOLUMEN DE FACTURACION

Es ampliamente conocido que YPF es la mayor empresa del país en lo referente a su facturación, por lo cual no

CALIDAD DEL EQUIPO GERENCIAL

MARCA	1ª MENCIÓN	2ª MENCIÓN	3ª MENCIÓN	TOTAL
UNILEVER	16,2	12,4	10,4	13
ARCOR	15,3	14,2	9,5	13
COCA COLA	13,8	12,6	8,6	11,7
TECHINT	10,1	9,5	7,6	9,1
TOYOTA	7	6,8	4	5,9
QUILMES	5,8	4,6	3,8	4,7
SANTANDER RIO	4,6	3,8	4,4	4,3
VOLKSWAGEN	3,8	3,1	3,1	3,3
TELFÓNICA	2,7	1,9	1,7	2,1
MERCADO LIBRE	2,5	2,1	2,1	2,2

VOLUMEN DE FACTURACIÓN

MARCA	1ª MENCIÓN	2ª MENCIÓN	3ª MENCIÓN	TOTAL
YPF	45,8	16,5	8,5	23,6
BANCO NACIÓN	10,4	14,8	10,8	12
CARGILL	8,1	7,9	6,7	7,6
TELFÓNICA	6,8	6,4	5	6,1
TELECOM	5,4	6,6	3,8	5,3
PAN AMER. ENERGY	4,2	4,6	3,6	4,1
ARCOR	4,1	4,2	5,7	4,7
TOYOTA	2,6	2,5	2,4	2,5
VOLKSWAGEN	2,3	2,1	1,9	2,1
CENCOSUD	2,1	1,9	2,6	2,2

sorprende su primer lugar en este rubro con un gran porcentaje de primeras recordaciones: más del 43% del total. Banco Nación a su vez, confirma el segundo lugar en este ítem, habiéndose valorado su clara preponderancia en el sector bancario y su instalación en todo el país. Tiene la ventaja de recibir fondos de diversos entes públicos, pero la desventaja de tener que contribuir a menudo con el Tesoro.

En la posición de Cargill influye la condición de primer exportador del país, con una facturación externa que creció verticalmente al compás de las mejores cosechas y la estabilización de los precios internacionales de los productos agrícolas de la Argentina.

Telefónica Argentina queda en cuarto puesto, a favor de su importante volumen de ventas en el área de las telecomunicaciones.

— PRESTIGIO EMPRESARIO

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

MARCA	1ª MENCIÓN	2ª MENCIÓN	3ª MENCIÓN	TOTAL
ARCOR	11,6	9,5	8,1	9,7
COCA COLA	10,9	11,4	7,9	10,1
KIMBERLY CLARK	9,6	10,3	8,1	9,3
UNILEVER	8,5	7,9	6,4	7,6
NATURA	8,2	6,8	7	7,3
QUILMES	5,1	4,5	3,7	4,4
TELEFÓNICA	4,8	4,6	3,9	4,4
GRUPO INSUD	2,9	2,7	2,1	2,6
BAGÓ	2,5	3	2,9	2,8
OSDE	2,3	1,8	1,9	2

CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN AL ENTORNO

MARCA	1ª MENCIÓN	2ª MENCIÓN	3ª MENCIÓN	TOTAL
GRUPO NEWSAN	12,9	8,2	6,8	9,3
QUILMES	11,8	7,7	6,1	8,5
UNILEVER	10,9	8,9	6,6	8,8
ARCOR	10,4	6,8	5,3	7,5
COCA COLA	8,7	7,4	6,2	7,4
MERCADO LIBRE	8,5	7,1	7,5	7,7
WALMART	5,3	3,5	1,6	3,5
GOOGLE	4,2	3,4	3,1	3,6
CARREFOUR	3,1	1,8	2,3	2,4
NARANJA	2,2	2,4	2,1	2,2

PORTAFOLIO DE MARCAS

MARCA	1ª MENCIÓN	2ª MENCIÓN	3ª MENCIÓN	TOTAL
UNILEVER	23,5	17,8	11,2	17,5
COCA COLA	18,2	14,1	13,4	15,2
PEPSICO	12,6	10,3	6,8	9,9
ARCOR	10,7	8,5	6,1	8,4
MOLINOS RIO DE LA P.	8,8	6,7	4,5	6,6
NESTLÉ	6,1	5,5	5,6	5,7
DANONE	5,3	6,3	4,3	5,3
MONDELEZ	3,5	4,6	3,1	3,7
MASTELLONE HNOS.	3,3	3,2	2,7	3,1
P&G	2,1	1,7	2,1	2

IMAGEN PÚBLICA

MARCA	1ª MENCIÓN	2ª MENCIÓN	3ª MENCIÓN	TOTAL
ARCOR	17,4	13,2	11,5	14
QUILMES	14,2	12,1	9,3	11,9
MASTELLONE HNOS.	12,5	8,6	6,6	9,2
COCA COLA	10,1	9,1	7,1	8,8
TOYOTA	7,8	8,2	7,4	7,8
UNILEVER	5,3	4,9	5,1	5,1
GOOGLE	4,3	5	4,8	4,7
BAGÓ	3,9	3,3	2,3	3,2
OSDE	3,1	2,5	2,6	2,7
NATURA	1,9	2,3	2,4	2,2

Telecom es vista como una de las empresas de mayor facturación, seguramente teniendo en cuenta la telefonía fija como también el singular aporte de la móvil a través de Personal. Hoy en día la empresa es controlada por el grupo Clarín, a través de Cablevisión.

Pan American Energy ha logrado un notable crecimiento a lo largo de los años, ubicándose como la segunda empresa petrolera después de YPF y la principal exportadora del sector.

IMAGEN PÚBLICA

Se suele aclarar a propósito de este ranking, que no es lo mismo imagen pública que prestigio. Esto es así porque el concepto de prestigio es más abarcador, además de ubicarse en la subjetividad de quienes perciben, mientras que el primero está más relacionado con lo que la empre-

sa quiere proyectar sobre sí misma. Los encuestados, aun conociendo esa diferencia, colocaron esta vez en el primer lugar en cuanto a imagen a Arcor. De esta manera, la empresa de Arroyito superó por segundo año consecutivo a otra empresa muy fuerte en este rubro como Quilmes, quedó en el segundo puesto.

Mastellone Hnos., más allá de sus problemas financieros, sigue manteniendo intacta su imagen, afirmada en la tradición de confiabilidad de sus productos y una marcada coherencia en el mensaje comercial de la compañía.

Coca Cola conserva una imagen sumamente trabajada a nivel internacional y también local.

Toyota por su parte, ha logrado avanzar en la imagen que proyecta, afianzada en la confiabilidad de sus productos, sus exportaciones a diversos países, pero también en la eficiencia de sus operaciones. ■