



MARKETING

Las marcas que los consumidores uruguayos no se sacan de la cabeza

Coca-Cola, Nike y Antel encabezan el *top of mind* local, según estudio de Opción Consultores. Para el estudio se tienen en cuenta dos aspectos: el reconocimiento y la recordación de marca.

FOTO



Lider. Coca Cola se mantiene firme como la marca más recordada en Uruguay con un 11% de las menciones. (Foto: Google Images)

vie ago 1 2014 Diego Ferreira | dferreira@elpais.com.uy |

TEMAS

ANTEL - coca cola - Nike - Opción Consultores

Las burbujas de Coca-Cola no se esfuman de la cabeza de los consumidores; por el contrario, la marca lidera el *top of mind* en Uruguay, reveló la Encuesta Fast Track de Marcas* de Opción Consultores, realizada en mayo pasado.

La consultora destaca en el caso de Coca-Cola —primera, con el 11% de las menciones— que se trata de una marca con una "gran popularidad internacional". De hecho, se posicionó en el tercer lugar en el ranking de las "Mejores marcas globales de 2013", según el estudio de Interbrand, agencia consultora de marcas que evalúa la relevancia de estas de acuerdo con su desempeño financiero y la influencia que ejercen sobre los consumidores.

El *swoosh*, el logo de la firma estadounidense de indumentaria deportiva, Nike, quedó segundo en el imaginario colectivo de los consumidores locales, con el 7%.

Aquí también se trata de una empresa con una gran masividad: solo en Instagram cuenta con 4,5 millones de seguidores, lo que le vale la primera posición entre las marcas presentes en ese medio.

A su vez, al tratarse de un año en el que se disputó el mundial de fútbol, Nike "tiene un claro potencial para figurar en los porcentajes más altos del *top of mind*", agrega la consultora en su encuesta.

En tercer lugar del podio figura una firma local, Antel (6%). El ente de telecomunicaciones tiene como argumentos para esa ubicación el contar con la mayoría de clientes en telefonía celular en el mercado, además de una fuerte presencia en distintos eventos públicos.

En el análisis por categorías, "los artículos comestibles y bebidas son los que obtienen la mayor cantidad de menciones, posiblemente por ser considerados en muchos aspectos de primera necesidad. La tecnología, por su parte, ocupa un claro segundo puesto".

Pablo Hartmann, director del departamento de Consultoría de Opción Consultores y profesor titular de Gerencia de Marcas y Productos en la Universidad ORT, señaló la necesidad de analizar el fenómeno del "conocimiento de marca", más aún en el escenario actual donde las empresas hacen un "bombardeo" publicitario constante a los consumidores.

Para el experto, en este proceso hay dos aspectos a considerar: el reconocimiento y la recordación de marca. Lo primero pasa por la toma de conciencia por parte de los consumidores acerca de la existencia de la marca. En cambio, la recordación consiste en traer a la memoria una marca específica ante una necesidad o cuando el consumidor piensa en determinada categoría de productos.

Entonces, "gestionar adecuadamente el conocimiento de la marca, tanto el reconocimiento como la recordación, requiere de mediciones precisas de ambos conceptos que no deben simplemente medir los niveles generales sino centrarse en forma específica en los segmentos objetivos. Una medición global puede llevar a consideraciones erróneas acerca de la estrategia más adecuada para la marca", finalizó el experto.

**Encuesta telefónica de 600 casos aplicada en mayo de 2014 a población mayor de 17 años de todo el país. Muestra aleatoria estratificada proporcional. Margen de error global de +-4% a un 95% de nivel de confianza (p=q=0,5. Población Infinita). Por más información: info@opcion.com.uy*

Vota por esta noticia:
★★★★★ 0 votos

Me gusta 2

Twitter 2

NOTICIAS DE HOY



CRISIS EN UCRANIA
Investigadores trabajan en lugar donde cayó avión malasio



DESVÍOS Y CORTES
El tránsito en Montevideo



PRONÓSTICO
¿Cómo estará el tiempo hoy?



CARLOS LECUEDER | DIRECTOR ESTUDIO LUIS E. LECUEDER
«El consumo cae, hay recesión comercial»

tvshow

PAPARAZZI
¡BOMBA!
Ni Rocío Oliva ni Verónica Ojeda, Maradona tiene otra rubia debilidad

¡MIRA LA FOTO!
El desnudo de Charlotte Caniggia que levantó críticas en las redes sociales

"YO SALÍ CON MUSLERA"
Las confesiones de Jimena Siri, una gauchita rebelde

OVACION DIARIO DEPORTIVO

PEÑAROL | LOS ÍDOLOS SE QUEDAN

Pacheco y Darío Rodríguez renovaron sus contratos

ELECCIONES EN LA AUF
El presidente interino Wilmar Valdez quedó a un voto de la reelección.

NACIONAL
Sebastián Fernández cumplió su sueño de jugar en Nacional.

OPINIONES

EDITORIAL DE HOY

Mucho ruido y pocas nueces

La cumbre del Mercosur culminó con una declaración muy extensa que omite asuntos básicos para Uruguay.

Andrés Oppenheimer

La ofensiva de Brasil contra Israel



Leonardo Guzmán

Mirando al frente



ÚLTIMO MOMENTO

Últimas noticias

Entrena, espera y hace compras El delantero celeste sigue ultimando detalles para acomodar su vida en Barcelona. Este miércoles est...
09:29

Camionetas tercerizadas de Ducsa truncan salida en plantas de supergás Esta mañana continúa la medida que comenzó ayer a las 20 horas. Esto impide que se solucione la falt...
09:26

La cantante más famosa de Japón no existe, es una app Es la imagen de una aplicación de voz artificial nera llena estadíos de miles y

GALLITO

Automotores

Inmuebles



Trabajo

Clasificados

EDICIÓN IMPRESA

EL PAIS

ISRAEL RECHAZA ACUSACIÓN DE URUGUAY: "CRIMEN DE GUERRA"

Sube el precio del dólar por el débil de la Argentina

La compra se agita: "Si Viajeros no paga a 4% de dólar, caerá la compra"

CLUB EL PAIS

EL PAIS
1 de Agosto de 2014

Descargar PDF

COMENTARIOS

Comentarios (0)

Iniciar Sesión

Usuario

Contraseña

Aceptar

[Olvidé mi Contraseña](#)

Para comentar las noticias debes iniciar sesión con el usuario y contraseña elegidos al momento de registrarte.

Si no estas registrado todavia, puedes hacerlo ingresando a [Registro de Usuarios](#)

No recuerdas tu contraseña? puedes acceder a [Registro de Usuarios](#) y solicitar que te la enviemos a tu email como recordatorio.