



HSM presenta a las mejores marcas

DIARIO MONITOR

HSM y Millward Brown consideraron que ante un panorama de crisis que se avecina las empresas en México no deben disminuir o hacer recortes en su gasto publicitario y de relaciones públicas, ya que estos tiempos *puede representar una oportunidad* el posicionamiento de marca.

Ambas empresas presentaron las mejores marcas en México, un estudio que se realizó mediante una metodología que incluyó encuestas a 10 mil ejecutivos empresariales en México.

Si bien son de diferentes categorías, las 10 primeras fueron: Sony, Sabritas, Coca Cola, Johnnie Walker, Nokia, Pantene Pro-V; Aeroméxico, HP, Corona Extra y DHL.

En el estudio se dividieron en diferentes categorías y por tema, entre ellas, las de mayor impulso fueron: Apple, Starbucks y el iPhone.

Las tres con mejor publicidad estuvieron: Coca Cola, Sony y Palacio de Hierro; las más responsables socialmente: UNAM; Coca Cola y Sabritas, y; las tres más amadas fueron: Sony, Coca Cola y Johnnie Walker.

Julio Gómez, directivo de HSM, firma que organiza cada año el Expomangement, dijo que dos terceras partes de la fortaleza financiera de una marca, depende de la relación que tenga el consumidor con la misma.

En tiempos de crisis, dijo, los consumidores tienden a formar tres grupos: *El primero es aquel en el que el consumidor que es fiel a la marca, la sigue comprando, sin importar cambios en su precio.*

El segundo grupo, abundó Julio Gómez, son aquellos que también son fieles pero buscan obtenerlo a un mejor precio. Cambian de tienda de autoservicio u otros medios para adquirirlo más barato, y; el tercer grupo son aquellos que definitivamente si cambian de marca por una más económica.

Estas tres características se pueden presentar ante la situación económica que puede ser de *menor crecimiento en el país en lo sucesivo*, comentó.

Jorge Alagón, directivo de Millward Brown, advirtió que no parece una buena decisión recortar la inversión en tiempos de crisis, con el objetivo de no perder mercado ante la competencia.



MARCAS: Jorge Alagón de Millward Brown y, Julio Gómez de HSM.