

## **Estudo vê conexão humana das marcas**

*Daniela Dahrouge*

A Sart Dreamaker divulgou a primeira edição do BrandTouch 09, estudo que revela as 75 marcas mais valiosas do mercado brasileiro com base no Índice de Conexão Humana das Marcas (ICHM). O ranking (veja tabela ao lado) traz marcas de diversos segmentos. A Coca-Cola ficou em primeiro lugar, seguida por Nestlé, Sadia, Natura, Rede Globo e McDonald's. As últimas colocadas foram (em ordem crescente no ranking, lembrando que a última tem menos valor) Santander, Vale, Gerdau, Apple e Nova Schin.

Depois de dois anos de estudos, planejamento e uma série de conversas com filósofos, antropólogos e empresários, a empresa lançou, em janeiro de 2009, o Índice de Conexão Humana da Marca (ICHM), como forma de medir o valor da marca levando em consideração as emoções do consumidor. Nesse processo, também foram levantadas as 500 marcas mais importantes presentes no Brasil, que, posteriormente, após entrevistas e análise técnica, foram filtradas e reduzidas a uma lista com 75 nomes. Esses, por sua vez, fizeram parte das entrevistas qualitativas finais, realizadas entre janeiro e março deste ano.

Nessa etapa foram ouvidas 3.285 pessoas (50% homens e 50% mulheres), em todos os estados brasileiros. Estavam envolvidas todas as classes sociais, divididas nas faixas etárias de 14 a 20 anos; 21 a 35 anos; 36 a 50 anos e 51 a 35 anos. Os entrevistados tiveram de responder a um questionário de 100 perguntas, cujo resultado determinou o ICHM de cada marca. Os ICHMs apresentados pelas dez marcas mais valiosas foram: Coca-Cola (82,05); Nestlé (77,53); Sadia (75,13); Natura (73,59); Globo (72,75), McDonald's (68,64); Adidas (67,36); Danone (67,19); O Boticário (65,79) e Brastemp (65,21).

### **ICHM**

O método para chegar ao ICHM da marca foi chamado pela consultoria de ferramenta BrandTouch Valuator. Para calcular o ICHM das marcas são levados em consideração 34 pontos de conexão entre a marca e os seres humanos, como as emoções geradas pela marca, a capacidade de conexão com os sentidos, as portas de acesso aos seres humanos, a admiração, os atributos e benefícios conquistados, a dinâmica da vida e as relações entre passado, presente e futuro, entre outros.

Para Gian Franco Rocchicciolli, ceo da Sart Dreamaker, a importância do índice está no fato de que ele não está vinculado aos resultados que as empresas divulgam em seus balanços anuais, mas sim à confiança e imagem que o consumidor tem por elas. "Isso não muda com a crise financeira. É o modo como a marca se conecta com os brasileiros", declarou Rocchicciolli.

Além do ranking geral, que traz o segmento de cada empresa, o estudo classificou as marcas em subsegmentos. Entre os supermercados, por exemplo, Carrefour está na liderança, seguido por Wal-Mart e Pão de Açúcar. Já entre as lojas de atacado e varejo que comercializam eletroeletrônicos, estão Casas Bahia, Lojas Americanas, Ponto Frio e Magazine Luiza.

MasterCard lidera entre cartões de crédito, seguido de Visa. Entre os bancos, a ordem é Banco do Brasil, Itaú, Bradesco e Santander. Em mídia impressa, a Editora Abril é a única a aparecer, assim como Disney em entretenimento; Havaianas em vestuário e McDonald's em fast-food.

Entre as operadoras de celular, a Vivo lidera, seguida por Claro, TIM e Oi. Já o ranking das empresas digitais traz Google, Microsoft, UOL, HP, iG, Terra, Intel e Apple. Em eletroeletrônicos de tecnologia e telecomunicações, aparecem Motorola, LG e Nokia.

Os carros mais valiosos, segundo os critérios do estudo, são os da Volkswagen, Ford, Fiat e GM. Na aviação, a lista traz Gol, Varig, Embraer e TAM. Entre as corporações de destaque aparecem Petrobras, Votorantin, Vale e Gerdau. Já Amil, Medial e Unimed são os três

principais planos de saúde, e Nestlé e Unilever as duas multimasas de destaque. Em beleza e saúde as marcas são Natura, O Boticário, Johnson&Johnson e Avon. Entre artigos esportivos estão Adidas, Nike e Olympikus; e em eletroeletrônicos e bens duráveis Brastemp, Samsung, Sony, Philips, Electrolux e Consul. Entre as marcas de alimentação estão Sadia, Danone e Perdigão; e de refrigerantes Coca-Cola, Guaraná Antarctica e Pepsi. Já as de cerveja são Brahma, Skol, Itaipava e Nova Schin.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais

## AS MAIS LIGADAS AO CONSUMIDOR

POSICÃO	MARCA	SEGMENTO
1	Coca-Cola	Alimentos e Bebidas
2	Nestlé	Bens Duráveis e de Consumo
3	Sadia	Alimentos e Bebidas
4	Natura	Bens Duráveis e de Consumo
5	Rede Globo	Tecnologia e Telecomunicações
6	McDonald's	Alimentos e Bebidas
7	Adidas	Bens Duráveis e de Consumo
8	Danone	Alimentos e Bebidas
9	O Boticário	Bens Duráveis e de Consumo
10	Brastemp	Bens Duráveis e de Consumo
11	Havaianas	Bens Duráveis e de Consumo
12	Volkswagen	Automobilística e Transportes
13	Samsung	Bens Duráveis e de Consumo
14	Perdigão	Alimentos e Bebidas
15	Nike	Bens Duráveis e de Consumo
16	J&J	Bens Duráveis e de Consumo
17	Editora Abril	Tecnologia e Telecomunicações
18	Sony	Bens Duráveis e de Consumo
19	Disney	Tecnologia e Telecomunicações
20	Guaraná Antarctica	Alimentos e Bebidas
21	Carrefour	Atacado e Varejo
22	Mastercard	Bancos e Setor Financeiro
23	Petrobras	Petroquímica, Sinergia e Mineração
24	Avon	Bens Duráveis e de Consumo
25	Fiat	Automobilística e Transportes
26	Philips	Bens Duráveis e de Consumo
27	Ford	Automobilística e Transportes
28	Banco do Brasil	Bancos e Setor Financeiro
29	Motorola	Tecnologia e Telecomunicações
30	Visa	Bancos e Setor Financeiro
31	Casas Bahia	Atacado e Varejo
32	Google	Tecnologia e Telecomunicações
33	LG	Tecnologia e Telecomunicações
34	Electrolux	Bens Duráveis e de Consumo
35	Nokia	Tecnologia e Telecomunicações
36	Vivo	Tecnologia e Telecomunicações
37	GM	Automobilística e Transportes
38	Amil	Planos de Saúde

<b>39</b>	<b>Claro</b>	Tecnologia e Telecomunicações
<b>40</b>	<b>Itaú</b>	Bancos e Setor Financeiro
<b>41</b>	<b>Unilever</b>	Bens Duráveis e de Consumo
<b>42</b>	<b>Bradesco</b>	Bancos e Setor Financeiro
<b>43</b>	<b>SBT</b>	Tecnologia e Telecomunicações
<b>44</b>	<b>Lojas Americanas</b>	Atacado e Varejo
<b>45</b>	<b>Brahma</b>	Alimentos e Bebidas
<b>46</b>	<b>TIM</b>	Tecnologia e Telecomunicações
<b>47</b>	<b>Microsoft</b>	Tecnologia e Telecomunicações
<b>48</b>	<b>Gol</b>	Automobilística e Transportes
<b>49</b>	<b>Varig</b>	Automobilística e Transportes
<b>50</b>	<b>Medial</b>	Planos de Saúde
<b>51</b>	<b>Consul</b>	Bens Duráveis e de Consumo
<b>52</b>	<b>Wal-Mart</b>	Atacado e Varejo
<b>53</b>	<b>Pepsi</b>	Alimentos e Bebidas
<b>54</b>	<b>Record</b>	Tecnologia e Telecomunicações
<b>55</b>	<b>Olympikus</b>	Bens Duráveis e de Consumo
<b>56</b>	<b>UOL</b>	Tecnologia e Telecomunicações
<b>57</b>	<b>Skol</b>	Alimentos e Bebidas
<b>58</b>	<b>Unimed</b>	Planos de Saúde
<b>59</b>	<b>Ponto Frio</b>	Atacado e Varejo
<b>60</b>	<b>Embraer</b>	Automobilística e Transportes
<b>61</b>	<b>Pão de Açúcar</b>	Atacado e Varejo
<b>62</b>	<b>TAM</b>	Automobilística e Transporte
<b>63</b>	<b>HP</b>	Tecnologia e Telecomunicações
<b>64</b>	<b>iG</b>	Tecnologia e Telecomunicações
<b>65</b>	<b>Oi</b>	Tecnologia e Telecomunicações
<b>66</b>	<b>Terra</b>	Tecnologia e Telecomunicações
<b>67</b>	<b>Intel</b>	Tecnologia e Telecomunicações
<b>68</b>	<b>Magazine Luiza</b>	Atacado e Varejo
<b>69</b>	<b>Votorantin</b>	Petroquímica, Sinergia e Mineração
<b>70</b>	<b>Itaipava</b>	Alimentos e Bebidas
<b>71</b>	<b>Santander</b>	Bancos e Setor Financeiro
<b>72</b>	<b>Vale</b>	Petroquímica, Sinergia e Mineração
<b>73</b>	<b>Gerdau</b>	Petroquímica, Sinergia e Mineração
<b>74</b>	<b>Apple</b>	Tecnologia e Telecomunicações
<b>75</b>	<b>Nova Schin</b>	Alimentos e Bebidas

Fonte: Sart Dreamaker

Fonte: Propmark, São Paulo, 18 maio 2009, p. 46.