

## Las empresas de tecnología dominan el ranking de las marcas globales más valiosas del mundo, BrandZ™ 2017

- El top 5 de las marcas más valiosas equivale al 25% del total de las marcas en el ranking BrandZ Top 100 Global. 4 de ellas son marcas de tecnología (**Google, Apple, Microsoft y Facebook**)
- **Amazon** es la marca con mayor crecimiento aumentando 41% (equivalente a \$40 mil millones de dólares)
- El Top 10 del ranking de 2017 vale casi lo mismo que el Top 100 de 2006 (\$1.42 billones de dólares vs. \$1.44 billones de dólares)
- Hay 7 nuevas marcas en el Top 100 en 2017: **XFINITY, YouTube, Hewlett Packard Enterprise, Salesforce, Netflix, Snapchat y Sprint.**
- **Retail** es la categoría con el crecimiento más rápido, incrementando +14% en los últimos 12 meses

**EMBARGO 6 de junio – 10.30 – London, UK** – Gigantes de la tecnología como **Google, Apple, Microsoft, Amazon and Facebook** se colocan en el top 5 en el ranking BrandZ Top 100 de las marcas globales más valiosas, presentado por [WPP](#) y [Millward Brown](#)

**Amazon** logró el mayor crecimiento en el ranking BrandZ de las Top 100 marcas globales, con +41% vs el año pasado (lo que equivale a \$40 mil millones de dólares) llegando a un valor de \$139 mil millones de dólares para colocarse en la posición 4. El gigante del retail se continua enfocando en crear un ecosistema tecnológico para satisfacer las diferentes necesidades de los consumidores como; compras online, entrega rápida y entretenimiento. También ha implementado nuevos servicios de inteligencia artificial como Alexa enfocada en la reposición de alimentos y funciona como un asistente personal.

**Google, Apple y Microsoft** se mantienen en las primeras tres posiciones. Google creció 7% para llegar a un valor de \$245 mil millones de dólares, Apple incrementó su valor en 3% colocándose con \$234 mil millones de dólares) y Microsoft creció 18% (143 mil millones de dólares). Cabe destacar que Facebook, quien está actualmente en el número 5 creció 27% (\$129 mil millones de dólares). 25% del valor total del ranking BrandZ Top 100 Global está hecho de la suma del valor de las marcas que se encuentran en el top 5, esto enfatiza la posición estratégica de las empresas de tecnología.

David Roth, CEO EMEA y Asia de The Store WPP, comentó: “Este año el BrandZ global top 100 continua demostrando como las marcas fuertes son capaces de dar un mayor valor y retorno a todos los stakeholders sin importar las dificultades del contexto externo. Las primeras 5 marcas están en una posición privilegiada, debido a su situación en el mercado y el poder de marca que poseen”.

Otros hallazgos de este año incluyen: la marca **Tencent** (no.8), dueña de la plataforma WeChat quien entra por primera vez al Top 10, con un incremento en su valor de +27% vs. el año pasado (\$108 mil millones de dólares). **Adidas** por otra parte se coloca como la marca de más rápido crecimiento (+58%, \$8 mil millones de dólares) seguida de la marca China Premium de alcohol **Moutai** (+48%, \$17 mil millones de dólares).

BrandZ refleja que las marcas están cada vez más integradas en la vida actual de los consumidores. Es el único estudio de valuación de marca que combina las entrevistas con más de 3 millones de consumidores con el análisis de los datos financieros y el desempeño del negocio de cada compañía (usando datos de Bloomberg y Kantar Worldpanel).

Este año, **el total del valor de las marcas que se encuentran en el Top 100 aumentó 8% para llegar a \$3.64 billones de dólares)** comparado con el crecimiento de 3% que tuvo en 2016. Por otra parte el número de marcas que valen más de \$100 mil millones de dólares aumentó de seis a nueve. Otro punto a destacar es que el valor total del ranking aumentó 152% desde la primera medición del BrandZ en el 2006, y la composición ha cambiado hacia marcas innovadoras, enfocadas en tecnología, al servicio del consumidor y con un alto alcance y poder de construcción de marca. El Top 10 del ranking de 2017 vale casi lo mismo que el Top 100 de 2006 (\$1.42 billones de dólares vs. \$1.44 billones de dólares) y ha crecido +249% en valor, comparado con el +152% del total del Top 100.

El valor del ranking BrandZ Top 100 Global confirma que las marcas fuertes continúan teniendo un mejor desempeño que sus competidores. Cuando comparamos contra métricas clave en los últimos 12 años el portafolio del Top 100 de las marcas BrandZ creció 50% más que el valor de las 500 marcas de S&P y 3.5 veces más que las marcas en el índice mundial del MSCI.

El ranking de 2017 muestra que la balanza de poder se inclina hacia las marcas enfocadas en tecnología para el consumidor y que desarrollan ecosistemas para satisfacer diversas necesidades, simplificando la complejidad del mundo actual. Más de la mitad de las marcas que están en el Top 100 de marcas globales son marcas de tecnología (esta definición incluye a marcas de telecomunicaciones y retailers online), en 2006 esta categoría equivalía a más de un tercio y creció +16% vs el año pasado comparada con un crecimiento de sólo +4% de las marcas de que no son de tecnología.

Congruente con el crecimiento de las marcas de tecnología, hay 7 nuevas marcas en el Top 100 en 2017: **XFINITY, YouTube, Hewlett Packard Enterprise, Salesforce, Netflix, Snapchat y Sprint.**

Por otra parte, **Retail** es la categoría con el crecimiento más rápido, incrementando +14% en los últimos 12 meses, impulsada principalmente por marcas como Amazon y Alibaba quienes aunque son nativas de Internet continúan añadiendo tiendas físicas a sus puntos de contacto. El crecimiento de los retailers puramente online es de +388% vs. 2006, mientras que los retailers tradicionales disminuyeron su crecimiento en -23% ya que les llevó más tiempo adaptarse al mundo online. La categoría de **tecnología** creció +13%, mientras que la de **comida rápida** se posiciona este año como la tercera con mayor crecimiento +7%, esto responde a que las marcas líderes están introduciendo comida fresca y menús, al tiempo que incrementan las innovaciones en puntos de contacto para mejorar la experiencia de marca.

### Las primeras 10 marcas más valiosas del ranking BrandZ Top 100 2017

Posición 2017	Marca	Categoría	Valor de marca 2017 (\$Millones de dólares)	Cambio en el valor de marca	Posición 2016
1	Google	Tecnología	245,581	+7%	1
2	Apple	Tecnología	234,671	+3%	2
3	Microsoft	Tecnología	143,222	+18%	3
4	Amazon	Retail	139,286	+41%	7
5	Facebook	Tecnología	129,800	+27%	5
6	AT&T	Telecom	115,112	+7%	4
7	Visa	Medios de pago	110,999	+10%	6
8	Tencent	Technología	108,292	+27%	11
9	IBM	Technología	102,088	+18%	10
10	McDonald's	Comida Rápida	97,723	+10%	9

Fernando Alvarez Kuri, VP para **Kantar Millward Brown** México comentó: “Las marcas y las categorías dentro de las 100 Marcas Globales más Valiosas reflejan no solo la salud y buena gestión que de ellas se ha hecho sino que son un indicador clave del cambio en el comportamiento de los consumidores y sus preferencias, hoy el canal digital tiene un rol destacado y que será cada vez más relevante para todas las categorías, por lo que las marcas deben ejercitar la flexibilidad y la adaptabilidad de manera más asertiva que nunca para no quedarse atrás”

En términos de regiones, las marcas **estadounidenses** dominan el ranking con 54 marcas en el Top 100 de las marcas más valiosas BrandZ, con un valor de 71% del total. En el último año, estas marcas crecieron 12% comparado con un declive de 1% de las marcas provenientes de otras regiones, con excepción de China que tuvo un crecimiento de 11%, sin considerar a las empresas del gobierno.

El Top 20 de las marcas más valiosas B2B incrementó su valor +11%. Microsoft continuó como la número 1 con un crecimiento de +10% (143 mil millones de dólares), mientras que Shell es la marca con un mayor crecimiento en esta categoría incrementando +23% (\$18,300 millones de dólares). El ranking también muestra que el mundo digital crea una brecha entre los entornos de negocio y los de consumo y la frontera entre lo B2B y B2C se va difuminando para dar paso a las llamadas marcas B2H (Business to Human).

Algunas tendencias clave del reporte de BrandZ Global Top 100:

- **Los ecosistemas de tecnología centrados en el consumidor han hecho a las marcas indispensables.** Los consumidores pueden realizar una serie de actividades bajo una marca y a lo largo de múltiples dispositivos desde hacer compras online, ver la televisión, etc. Esta facilidad de estar presente en diferentes ámbitos de la vida de los consumidores permite a las marcas de tecnología mantenerse en una posición privilegiada y minimiza el riesgo de que los consumidores cambien a otra.
- **Nuevas marcas globales crecen rápidamente.** La tecnología permite a los negocios proveer de una oferta global. Los emprendedores que están entrando al mercado no

tienen que restringir sus actividades a una región geográfica o sector, factores que antiguamente limitaban el crecimiento de las compañías.

- **Marcas que no son de tecnología están adoptando tecnología para innovar e incrementar el atractivo hacia sus consumidores.** Dos ejemplos de ello son: Adidas quien implementó impresión en 3D para producir sus zapatos y Domino's Pizza que ofrece a sus consumidores la posibilidad de monitorear su pedido en tiempo real.
- **El ranking BrandZ Top 100 Global se hace más joven.** El promedio actual de edad de las marcas en el ranking es de 67 años comparado con 84 años que era el promedio de 2006, lo que se debe principalmente a la entrada de nuevas marcas de tecnología y al crecimiento de las marcas en China.
- **Las marcas tienen claro, ahora más que nunca, que tienen que mejorar la vida de sus consumidores:** Marcas como Huawei y Toyota, han crecido 3 veces más que el promedio durante los últimos 12 años (El tercio que se encuentra en las primeras posiciones en el top creció +170% vs. +57% que creció las marcas del último tercio del ranking).
- **La comunicación es una gran ventaja para las marcas.** Las marcas que se encuentran en el primer tercio con una estrategia de comunicación más fuerte (incluyendo McDonald's y L'Oréal Paris) han crecido 196% en valor, comparado con un crecimiento del 47% de las marcas que se encuentran en tercio final. Esto se debe principalmente a que han sabido amplificar los valores diferenciales que han construido.

Doreen Wang, Global Head de BrandZ para Kantar Millward Brown, comentó “Ésta es la era de gigantes tecnológicos que han desarrollado ecosistemas de constante crecimiento que tienen múltiples puntos de contacto y conexiones con los consumidores, y que se enfocan en hacer su vida más fácil, simple y mejor. La tecnología que coloca a los consumidores en el centro ha redefinido nuestras expectativas y nos han acostumbrado a tener al alcance de la mano productos, servicios, herramientas y contenido. Estas marcas también demuestran gran elasticidad, saben moverse en nuevos territorios y categorías para desarrollar y expandir su base de consumidores”.

El reporte y el ranking BrandZ Top 100 de marcas globales tiene una gran variedad de insights por regiones e información sobre 14 mercados. Puedes consultar más información [aquí](#). El reporte Global, el ranking, gráficas y artículos también pueden encontrarse en el app de BrandZ. La aplicación contiene las mismas funcionalidades de todas las aplicaciones de BrandZ y está disponible para ser descargadas desde Apple IOS y Android desde [www.brandz.com/mobile](http://www.brandz.com/mobile) o busca BrandZ en iTunes o Google Play.

FIN

## NOTA A LOS EDITORES:

### Acerca de BrandZ™ Top 100 Marcas más valiosas

Desarrollado por Kantar Millward Brown, la rama de consultoría y marketing de WPP, el ranking BrandZ™ Top 100 de las Marcas globales más valiosas cumple su 12 año. Es el único estudio que combina las medidas del equity de una marca con la opinión de más de

tres millones de consumidores a nivel global, con un enfoque “orientado al consumidor” y de “negocio a negocio” con un riguroso análisis de los resultados financieros y de negocios de cada empresa (con datos de Bloomberg y Kantar Retail ) para separar el valor que la marca desempeña en los negocios y valor para los accionistas. La percepción de los consumidores de una marca es un dato clave para determinar el valor de la marca, ya que las marcas son una combinación del desempeño empresarial, entrega de producto, claridad de posicionamiento y liderazgo. El ranking toma en cuenta variaciones regionales, incluyendo a marcas realmente globales, midiendo que la contribución de la marca puede ser diferente de manera sustancial e lo largo de los diferentes países.

### **Acerca de Kantar Millward Brown**

Kantar Millward Brown es una agencia global líder que se especializa en la efectividad de la publicidad, la comunicación estratégica, los medios y la investigación sobre el equity de marca. La compañía ayuda a los clientes a hacer crecer sus marcas mediante soluciones cualitativas y cuantitativas integrales basadas en la investigación. Kantar Millward Brown opera en más de 55 países y es parte de Kantar, de WPP, una de las empresas líderes mundiales de datos, entendimiento y consultoría. Aprenda más en [www.millwardbrown.com](http://www.millwardbrown.com).

### **Acerca de WPP**

WPP es el grupo de servicios de comunicaciones más grande del mundo, con una facturación de US \$ 76 mil millones y un ingreso de US \$ 19 mil millones. A través de sus empresas operativa, el Grupo ofrece una amplia gama de servicios de publicidad y marketing, incluyendo la gestión de la publicidad y los medios de inversión; gestión de inversiones de datos; relaciones públicas y asuntos públicos; branding e identidad; comunicaciones de atención médica; digital, promoción y comercialización de la relación directa y comunicaciones especializadas.

La compañía emplea a más de 188.000 personas (incluyendo socios e inversiones) en más de 3.000 oficinas en 111 países. Para obtener más información, visita [www.wpp.com](http://www.wpp.com)

WPP fue nombrado Holding Empresa del Año en el 2014, en Cannes Lions por cuarto año consecutivo. WPP también fue nombrado, por cuarto año consecutivo, como La Empresa de Holding más eficaz del mundo en el Índice 2015 Effie Eficacia, que reconoce la eficacia de las comunicaciones de marketing.