**Tecnología, contenido y creatividad impulsan el ranking BrandZTM Top 100 de las marcas más valiosas del mundo**

* El valor total de las marcas de BrandZ Top 100 creció el 21%, aumentando a USD$750 mil millones al ranking que ahora tiene un valor de USD$4.4 billones.
* El valor de China es equivalente a las tres marcas globales con mayor crecimiento ya que las marcas de este país crecen al doble que las marcas de Estados Unidos.

Ciudad de Buenos Aries, 29 Mayo de 2018.-Consumir el contenido de **Netflix,** compartir historias en **Facebook,** descargar contenido en el **iTunes de Apple** o el servicio de **Alibaba** Ali Picture contribuyó al crecimiento del valor del Top 100 de marcas globales BrandZTM, según dio a conocer [WPP](http://www.wpp.com) y [Kantar Millward Brown](http://www.millwardbrown.com/brandz/top-global-brands).

El incremento en el uso de datos y las tecnologías de *Intelligence-lead marketing* como Inteligencia artificial (IA) o Realidad Aumentada (AR), combinadas con enfoques de marketing creativos permitieron que varias marcas construyan un entendimiento sólido de sus consumidores, brinden variedad de opciones, contenido personalizado y experiencias de marca excepcionales.

**Ocho de cada 10 son marcas de tecnología o relacionadas con tecnología.**

Esta categoría continúa dominando el ranking con **Google** y **Apple** quienes mantienen los lugares 1 y 2, con +23% USD$302,063 millones y +28% USD$300,595 millones. **Amazon** llegó a la posición número 3 con un crecimiento de 49% y un valor de USD$207,534 millones, superando a **Microsoft** (+40%, USD$200,987 millones). La compañía de Tecnología **Tencent** ocupa el lugar No.5 (+65%, USD$178,990 millones) aumentando tres posiciones desde la medición anterior y superando a **Facebook** (No.6, +25%, USD$162,106 millones).

“*Este año vemos un incremento nunca antes visto del valor de marca, impulsado por el crecimiento en diferentes categorías. Tanto los players nuevos como los establecidos demostraron que el ser atrevido y adoptar una visión a largo plazo sobre la construcción de marca es redituable*”, comentó **David Roth, WPP.**

Agregó: “*El enfoque de WPP es proveer a los clientes de un punto de vista innovador que combine datos y tecnología con creatividad a nivel mundial. Las compañías que inviertan en intelligence-led marketing y tengan marcas fundamentadas en el poder de ideas creativas serán las ganadoras en este mundo lleno de innovación, disrupción y cambio*”.

**El Top 100 BrandZ de las marcas globales más valiosas del mundo 2018**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ranking** **2018** | **Marca** | **Categoría** | **Valor de marca 2018 (USD$M)** | **Cambio en el valor de marca** | **Ranking 2017** |
| 1 | Google | Tecnología | 302,063 | +23% | 1 |
| 2 | Apple | Tecnología | 300,595 | +28% | 2 |
| 3 | Amazon | Retail | 207,594 | +49% | 4 |
| 4 | Microsoft | Tecnología | 200,987 | +40% | 3 |
| 5 | Tencent | Tecnología | 178,990 | +65% | 8 |
| 6 | Facebook | Tecnología | 162,106 | +25% | 5 |
| 7 | Visa | Pagos | 145,611 | +31% | 7 |
| 8 | McDonald’s | Comida Rápida | 126,044 | +29% | 10 |
| 9 | Alibaba | Retail | 113,401 | +92% | 14 |
| 10 | AT&T | Proveedores telecoms | 106,698 | -7% | 6 |

Pese a la incertidumbre económica y política en muchas regiones del mundo, este año el ranking muestra su mayor incremento en la historia, casi USD$750 mil millones (+21%). Esto coloca el valor total del ranking BrandZ Top 100 global en USD$4.4 billones; 204% desde su publicación hace 13años en 2006. **Este es el primer año también en el que todas las categorías del BrandZ Top 100 global reportan crecimiento.**

**Por primera vez también marcas no estadounidenses crecen más que marcas estadounidenses.**

Catorce marcas chinas aparecen en el Top 100 del ranking comparado con sólo una marca que aparecía en el 2006 (China Mobile). El valor total del Top 10 de las marcas Chinas creció 47% año con año, más del doble de lo que crecieron las marcas de Estados Unidos (23%). Otras partes del mundo como India e Indonesia, también están mostrando un fuerte crecimiento regional. El BrandZ Top 100 incluye siete marcas asiáticas (excluyendo China) las cuales crecieron 14% dándoles un valor total de USD $146 mil millones. El banco regional **BCA** (No.99) se convirtió en la primera marca de Indonesia en entrar al ranking, y se ve también la entrada de **Maruti Suzuki** en el Top 10 de la categoría de autos por primera vez.

**Marcas pioneras en China dominan por primera vez la categoría de las marcas que más crecen en el ranking “FastRisers”.**

La marca que más creció fue **JD.com** (No.59) quien tuvo un asombroso aumento de 94% en valor gracias a que incursionó en nuevas categorías como finanzas. **Alibaba** (No.9) es la segunda marca que más creció con +92% debido a una estrategia de expansión de su alcance global y al éxito de sus “Singles Day”. La tercera marca que más creció fue **Moutai** (No.34) aumentando 89%.

Algunas tendencias clave a destacar del estudio BrandZ Top 100 de este año:

* **Tecnologías de Intelligence-led marketing**, como inteligencia artificial (IA) y Realidad Aumentada (AR) permiten a las marcas revivir y prosperar para mantener la relevancia de sus consumidores.
* **JD.com** y **HP** reaparecen este año en la lista, la última vez que estuvieron fue en el listado de BrandZ Top 100 Global del 2016.
* El gigante de telecomunicaciones **Spectrum** (No. 27) lidera la lista de nuevas marcas en el Ranking BrandZ Top 100 Global, llamados **Newcomers**. También ingresan por primera vez **Uber** (No.81) e **Instagram** (No.91).
* La marca que más creció el año pasado fue **Adidas** que entró por primera vez en el ranking en la posición 100. Es también la primera vez que una marca de Indonesia entra en el BrandZ Top 100 Global con su banco **BCA** en la posición No.99.
* **Los partnerships son una estrategia importante para que las marcas aumenten su eficiencia.** Las marcas líderes continúan subiendo la vara en términos de las expectativas que tienen los consumidores en cuanto a experiencia en cada punto de contacto, tanto online como offline, desde el momento de la prueba, el consumo, la entrega, etc. es por eso que se hace cada vez más relevante tener socios a largo plazo que ayuden en el proceso.
* **La categoría de retail muestra un fuerte crecimiento.** Es la categoría que más creció con +35% de valor en los últimos 12 meses.
* **Las marcas de tecnología siguen dominando.** En la batalla de las marcas esta categoría es más de la mitad de las marcas del ranking BrandZ Top 100 Global (56%)

“*Las marcas están ganando en la era del marketing basado en soluciones de inteligencia artificial, esto incluye a negocios como Amazon y Tencent que ponen al consumidor en el centro de todo lo que hacen. Estas marcas usan tecnología para entender las necesidades de los consumidores y aplicar estos aprendizajes en crear un ecosistema de servicios que cumple varias necesidades, permitiendo a los consumidores tener una experiencia similar entre diferentes plataformas*”, comentó **Doreen Wang, Global Head de BrandZ para Kantar Millward Brown.**

Por su parte, **Martín Schijvarg, Account Gruop Director de Kantar Millward Brown** **Argentina**, comentó: “*una vez más, las marcas de tecnología (o relacionadas a las mismas) consolidan su posición en el ranking, demostrando como han sabido y siguen adaptándose a las necesidades cambiantes del consumidor. Hasta no hace tantos años era impensado imaginarse el servicio que brinda Uber o la experiencia cotidiana que tenemos con Instagram y estas marcas ya están dentro de las 100 principales*”.

Agregó: “*Por otro lado, la expansión del mercado asiático no deja de sorprendernos, ya que tenemos 21 marcas en la actualidad, cuando hace poco más de 10 años había una sola marca china. En este sentido, Alibaba ya está dentro del top ten y esta tendencia pareciera afianzarse cada año más*”.

El reporte y ranking BrandZ Top 100 Global de las marcas más valiosas y varios Insights de marca sobre las regiones claves del mundo y 14 categorías están disponibles online [aquí](http://www.millwardbrown.com/brandz/top-global-brands/2018). El reporte Global, los rankings, gráficas, artículos y más también se encuentran en nuestra app de BrandZ. La app contiene las mismas características y funcionalidades que nuestros reportes regionales de BrandZ y su descarga es gratuita desde cualquier dispositivo IOS o Android desde [www.brandz.com/mobile](http://www.brandz.com/mobile) o buscando BrandZ desde ITunes o Android store.

**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 13º 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.

**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

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 marca.