

TusIdeas mantiene que ‘es normal que Amazon supere a Google en el ranking de marcas más valiosas del mundo’

[Multimedia](#)

Amazon ha superado a Apple y Google para convertirse en la marca más valiosa del mundo, según un nuevo informe de WPP y Kantar

El ranking 2019 BrandZ [Top 100 Most Valuable Global Brands](#) estuvo como siempre dominado por la tecnología, con cinco de los 10 primeros puestos ocupados por proveedores de este sector. Amazon y Alibaba (# 7) fueron los galardonados en el espacio comercial, mientras que McDonald's, cuya compra reciente del proveedor de software de personalización Dynamic Yield estaba bien documentada, Visa y AT&T completaron el Top 10.

De aquellos en el top 10, Google - el vencedor del año pasado - cayó al # 3, mientras que Tencent cayó al # 8 desde la quinta posición en 2018 y McDonald's cayó al # 9. A pesar de la caída de este último, el informe señaló que el valor de la marca McDonald's había aumentado un 3%. Amazon, en comparación, vio un crecimiento del 52% de la marca.

Los ganadores más grandes fueron Instagram, que ascendió a # 44 con un crecimiento anual del 95%, Netflix (65% de crecimiento, # 34) y Uber (51% de crecimiento, # 53).

El informe señaló cómo las marcas chinas estaban empezando a hacer sentir su presencia. De los nueve recién llegados en el ranking, muchos, incluidos Xiaomi, Haier y Meituan, están asentados en el país asiático. El informe enfatizó la importancia de los modelos de negocio disruptivos para avanzar.

"Un ejemplo de cómo la tecnología ha conquistado todo es la historia de Coca-Cola. En 2013, Interbrand clasificó a Apple como la marca más valiosa del mundo, poniendo fin a 13 años de dominación del gigante de los refrescos. De acuerdo con el ranking BrandZ de 2019, Coca-Cola se ubica en el número 14, un ranking sin cambios respecto al año anterior", explica Nacho García, Director Web de [TusIdeas](#).

Esto no quiere decir que todo sea color de rosa en el jardín para las marcas de tecnología más grandes. El informe observó cómo las plataformas de medios sociales en particular enfrentan desafíos continuos para conservar la confianza y la conveniencia. Actualmente el mundo es más volátil, en el que las marcas deben anticipar continuamente las necesidades y expectativas de los consumidores.

En lo que respecta a Instagram, la investigación de Rakuten Marketing en marzo descubrió que la plataforma social había derrocado a YouTube como el mejor lugar para publicar y promocionar contenidos.

"El crecimiento en valor de las 100 marcas principales de este año a un máximo histórico demuestra que invertir en branding aumenta exponencialmente el valor de estas empresas, aunque será difícil para cualquier marca que no pertenezca al sector tecnológico aspirar a ocupar los primeros puestos del ranking de aquí en adelante", afirma Nacho García.
