

Link: <https://bulb.cl/brandz-2024-un-analisis-de-las-marcas-mas-valiosas/>

El ranking BrandZ 2024 de Kantar, considerado por muchos (incluyéndome) como el más confiable en cuanto a la evaluación de marcas, nos ofrece una visión objetiva del estado actual del branding global.

Dejemos de lado los gustos personales y veamos los datos objetivos que revela este análisis. <p>En general, las marcas han tenido un buen año, creciendo en promedio un 20%. Después de la caída generalizada en equity durante 2023, las marcas casi han logrado recuperar los valores del 2022. Este resurgimiento subraya la importancia de construir marca y, más crucial aún, hacerlo ahora.

En tiempos de incertidumbre, invertir en branding es siempre una apuesta segura y esencial para el éxito a largo plazo. <p><h>Apple: La Reina Indiscutible</h> Apple continúa reinando como la marca más grande y, para muchos, la más bella. Su capacidad para mantener una posición de liderazgo no es sorprendente, dado su historial de innovación y lealtad del cliente.

Apple no solo vende productos; vende una experiencia, un estilo de vida, y eso se refleja en su sólido desempeño en el ranking. <p><h>McDonald's: La Excepción No Tecnológica en el Top 10</h> Curiosamente, McDonald's es la única marca dentro del top 10 que no está directamente relacionada con la tecnología. No deja de asombrarme cómo, a pesar de los desafíos globales, no he conocido un McDonald's que le vaya mal.

En comparación, Burger King representa solo el 3,7% del tamaño de McDonald's, demostrando la robustez y la omnipresencia de la marca del payaso Ronald. <p><h>NVIDIA: El Gran Saltador</h> La marca que más ha crecido es NVIDIA, impulsada por el boom de la inteligencia artificial. Ha ingresado al top 10 con un crecimiento impresionante del 178% respecto al año pasado.

Este salto monumental destaca la creciente importancia de la AI en nuestro mundo y cómo las empresas que lideran en este campo están cosechando enormes beneficios. <p><h>Dominio Estadounidense y una Presencia China</h> Dentro del top 10, todas las marcas son estadounidenses, excepto la décima, que es china.

Este dominio de las marcas de EE.UU. pone de relieve la fuerza del mercado estadounidense y su capacidad para innovar y liderar en múltiples sectores. <p><h>Mercado Libre y Corona: Orgullo Hispanoamericano</h> Mercado Libre se erige como la marca más grande de Hispanoamérica, subiendo del puesto 72 al 57 y creciendo un 41% respecto a 2023. Este ascenso es notable y debería ser un llamado de atención para gigantes como Amazon. Además, Corona, la icónica cerveza mexicana, vuelve a entrar al top 100, siendo junto a Mercado Libre las dos únicas representantes de LATAM en este selecto grupo.

A pesar de las críticas sobre su sabor, Corona es más grande en términos de marca que otras cervezas mundialmente reconocidas como Budweiser, Heineken y Stella Artois. ¡Más respeto para Corona! <p><h>Marlboro: El Gigante Dormido</h> Marlboro, a pesar de las restricciones publicitarias a nivel mundial, sigue en el top 40. Esto demuestra la resiliencia y el legado duradero de la marca, que permanece influyente incluso en un entorno adverso. <p><h>Red Bull vs. Pepsi: La Batalla de las Bebidas</h> Red Bull ha superado a Pepsi en términos de equity, convirtiéndose en la segunda bebida más grande después de Coca-Cola. Mientras Pepsi pierde valor este año, el éxito del rebranding de Red Bull subraya la importancia de adaptarse continuamente a los cambios del mercado.

Pepsi, por su parte, parece estar en una constante lucha por reinventarse para mantenerse relevante ante un consumidor cada vez más empoderado. <p><h>El BrandZ 2024 nos deja claro que la construcción de marca es un proceso continuo y crucial. Las marcas que invierten en innovación, adaptabilidad y experiencia del cliente son las que lideran y crecen. En un mundo cada vez más competitivo, no hay espacio para la complacencia. Ahora más que nunca, es el momento de fortalecer las marcas y prepararse para el futuro. <p><h>Por Luciano Castellucci / Socio fundador AHORA</h>

## BrandZ 2024: Un análisis de las marcas más valiosas

miércoles, 3 de julio de 2024, Fuente: Bulb!



El ranking BrandZ 2024 de Kantar, considerado por muchos (incluyéndome) como el más confiable en cuanto a la evaluación de marcas, nos ofrece una visión objetiva del estado actual del branding global. Debemos de lado los gustos personales y veamos los datos objetivos que revela este análisis.

En general, las marcas han tenido un buen año, creciendo en promedio un 20%. Después de la caída generalizada en equity durante 2023, las marcas casi han logrado recuperar los valores del 2022. Este resurgimiento subraya la importancia de construir marca y, más crucial aún, hacerlo ahora.

Apple: La Reina Indiscutible Apple continúa reinando como la marca más grande y, para muchos, la más bella. Su capacidad para mantener una posición de liderazgo no es sorprendente, dado su historial de innovación y lealtad del cliente. Apple no solo vende productos; vende una experiencia, un estilo de vida, y eso se refleja en su sólido desempeño en el ranking.

McDonald's: La Excepción No Tecnológica en el Top 10 Curiosamente, McDonald's es la única marca dentro del top 10 que no está directamente relacionada con la tecnología. No deja de asombrarme cómo, a pesar de los desafíos globales, no he conocido un McDonald's que le vaya mal. En comparación, Burger King representa solo el 3,7% del tamaño de McDonald's, demostrando la robustez y la omnipresencia de la marca del payaso Ronald.

NVIDIA: El Gran Saltador La marca que más ha crecido es NVIDIA, impulsada por el boom de la inteligencia artificial. Ha ingresado al top 10 con un crecimiento impresionante del 178% respecto al año pasado. Este salto monumental destaca la creciente importancia de la AI en nuestro mundo y cómo las empresas que lideran en este campo están cosechando enormes beneficios.

Dominio Estadounidense y una Presencia China Dentro del top 10, todas las marcas son estadounidenses, excepto la décima, que es china. Este dominio de las marcas de EE.UU. pone de relieve la fuerza del mercado estadounidense y su capacidad para innovar y liderar en múltiples sectores.

Mercado Libre y Corona: Orgullo Hispanoamericano Mercado Libre se erige como la marca más grande de Hispanoamérica, subiendo del puesto 72 al 57 y creciendo un 41% respecto a 2023. Este ascenso es notable y debería ser un llamado de atención para gigantes como Amazon. Además, Corona, la icónica cerveza mexicana, vuelve a entrar al top 100, siendo junto a Mercado Libre las dos únicas representantes de LATAM en este selecto grupo. A pesar de las críticas sobre su sabor, Corona es más grande en términos de marca que otras cervezas mundialmente reconocidas como Budweiser, Heineken y Stella Artois. ¡Más respeto para Corona!

Marlboro: El Gigante Dormido Marlboro, a pesar de las restricciones publicitarias a nivel mundial, sigue en el top 40. Esto demuestra la resiliencia y el legado duradero de la marca, que permanece influyente incluso en un entorno adverso.

Red Bull vs. Pepsi: La Batalla de las Bebidas Red Bull ha superado a Pepsi en términos de equity, convirtiéndose en la segunda bebida más grande después de Coca-Cola. Mientras Pepsi pierde valor este año, el éxito del rebranding de Red Bull subraya la importancia de adaptarse continuamente a los cambios del mercado. Pepsi, por su parte, parece estar en una constante lucha por reinventarse para mantenerse relevante ante un consumidor cada vez más empoderado.

El BrandZ 2024 nos deja claro que la construcción de marca es un proceso continuo y crucial. Las marcas que invierten en innovación, adaptabilidad y experiencia del cliente son las que lideran y crecen. En un mundo cada vez más competitivo, no hay espacio para la complacencia. Ahora más que nunca, es el momento de fortalecer las marcas y prepararse para el futuro.

Por Luciano Castellucci / Socio fundador AHORA