

EL VALOR DE UNA MARCA

<https://www.alfdurancorner.com/articulos/el-valor-de-una-marca.html>

Focus: Economía

Fecha: 25/03/2023

En un mundo globalizado e interconectado en el que el uso de una determinada marca es señal de un cierto estatus, las empresas se esfuerzan en mejorar su imagen, destinando recursos de todo tipo para justificar el precio que se paga por ellas, por sus productos y servicios.

Cualquier empresa tiene un valor, un valor contable y un valor de mercado, que no tienen por qué coincidir. Si cotizan en Bolsa su valor oscila en función del valor de sus acciones y del número de ellas, para ofrecernos su capitalización.

En este momento, por ejemplo, las empresas con mayor valor de mercado en el mundo son:

1. Apple. \$ 2,497 billones (trillones US).
2. Microsoft. 2,026.
3. Saudi Arabian Oil Co. 1,855.
4. Alphabet. 1,328.
5. Amazon. 1,011.
6. Berkshire Hathaway. 658.
7. Nvidia Corp. 652.
8. Tesla. 604.
9. Meta. 518.
10. Taiwan Semiconductor. 454.

En la lista encontramos a viejos conocidos, que ocupan lugares de privilegio desde hace mucho tiempo. También hay nuevos agentes que tratan de abrirse paso. Recordemos que tras Alphabet se encuentra Google y tras Meta, Facebook. Los saudíes mantienen su posición por ser los primeros productores mundiales de petróleo. Nvidia ha ido progresando como líder mundial en computación de inteligencia artificial. Tesla como creador de un nuevo mercado con sus coches eléctricos y derivados. Taiwan Semiconductor como líder en la producción de semiconductores, en un país que fabrica el 60% del total mundial. Se puede decir que estas tres últimas compañías han sido rupturistas en sus innovaciones y se han abierto al mercado mundial. En resumen comprobamos que dominan las nuevas tecnologías, incluida Amazon que sin ellas no existiría. Las excepciones son Saudi Arabian (una materia prima estratégica) y Berkshire (el viejo brazo inversor de Warren Buffett).

Debemos preguntarnos ahora qué papel juega la marca en la construcción del valor de esas empresas y, por extensión, qué papel juegan las marcas en general. Una primera reflexión es que muchas empresas se han hundido porque no han sabido cuidar sus marcas. Y una marca es un tesoro. Porque lo es, hace ya tiempo que algunas organizaciones han desarrollado metodologías muy sofisticadas para cuantificar ese valor. Tomaremos el informe que anualmente presenta Brand Finance bajo el nombre de *"Global Brand Equity Monitor"*. Para llevarlo a término han trabajado sobre unas 5.000 marcas en 38 países, cubriendo 31 sectores económicos y entrevistando a 150.000 personas. Técnicamente el enfoque de Brand Finance es riguroso, por lo que sus resultados merecen ser validados.

Veamos ahora el ranking por marcas del año 2023, establecido en términos de valor (millones de dólares) y luego lo podemos cruzar con el valor de capitalización de las más relevantes.

1. Amazon... \$ 299.280 millones.
2. Apple.....297.512.
3. Google.....281.382.
4. Microsoft.....191.574.
5. Walmart.....113.781.
6. Samsung.....99.659.
7. ICBC..... 69.545.
8. Verizon.....67.443.
9. Tesla.....66.207.
10. TikTok.....65.696.

Las cuatro primeras junto a Tesla se hallan entre las empresas más capitalizadas. Las otras seis (alguna de propiedad pública) han aplicado más recursos de lo que teóricamente les correspondería para potenciar sus marcas. En tres casos (Walmart, Samsung y TikTok) es lógico, ya que se dirigen al gran consumidor. Podemos añadir a Verizon, al ser el primer operador de telefonía móvil de Estados Unidos y competir en un mercado con otros agentes. ICBC (un banco chino de propiedad pública) es un caso aparte. Es el mayor banco del mundo en capitalización, el mayor por depósitos y el más rentable. El ciudadano chino no entendería su país sin ICBC.

Si analizamos las cincuenta primeras marcas por países, vemos que Estados Unidos lidera con 25, seguida de China con 13, Alemania con 6, Japón con 3, y Corea del Sur, Arabia Saudita y el Reino Unido con 1. Y esto es un fiel retrato de lo que está ocurriendo en el mundo. Se bipolariza como ocurrió en la llamada *"guerra fría"* pero con una pareja diferente. Estados Unidos mantiene posiciones, pero va perdiendo peso respecto a China, que apenas aparecía en los primeros informes. Alemania cede y el Reino Unido queda en un tercer plano, como únicos representantes de una Europa decadente en términos económicos. Como anécdota hay que decir que la primera marca del Estado español es el banco de Santander, que ocupa el puesto número 116. Recomendando a las *"élites españolas"* que hagan una lectura sosegada del tema. Creo que les ayudaría a reducir

su megalomanía habitual.

Se comprende el triste papel de los gobiernos europeos en el conflicto de Ucrania, donde se limitan a seguir las instrucciones del gobierno norteamericano. El centro del mundo camina a pasos acelerados hacia el sudeste asiático.

Alguien puede pensar erróneamente que éste es un tema específico del mundo empresarial. Y no lo es. Es un reflejo de la realidad de un mundo convulso y cambiante que nos afecta a todos.

La próxima vez que compre algo eche un vistazo a la marca, a quien lo fabrica y donde, y a quien lo distribuye. Piense un poco en todo ello y se dará cuenta de que no necesita que los telediarios le cuenten lo que pasa.



allduraucomer.com ✓