

Las marcas más valiosas del mundo. Comparación de los resultados de los estudios realizados por Interbrand y Millward Brown Optimor.

Octavio Islas <sup>i</sup>

Publicada en El Universal

Durante los primeros días del mes de septiembre, la firma Interbrand –fundada en 1974- dio a conocer los resultados de su estudio sobre las 100 mejores marcas globales. <sup>ii</sup>

A diferencia del reciente estudio de Millward Brown Optimor –*Brandz Top 100 Most Valuable Global Brands*- que ubicó a Google como la marca más valiosa del mundo, estimando su valor en 114,260 millones de dólares-, en el estudio realizado por Interbrand, Google fue ubicado en la cuarta posición entre las 100 marcas más valiosas del mundo, y su valor de marca fue estimado en 42,357 millones de dólares.

El valor de la marca Google observa una significativa diferencia entre ambos estudios: 71,903 millones de dólares. Tal diferencia inclusive excede por 29,546 millones de dólares el valor de la marca Google estimado en el reciente estudio de Interbrand.

De acuerdo con el estudio de Interbrand, la marca más valiosa del mundo es Coca Cola y su valor de marca fue estimado en 70,452 millones de dólares. En el periodo 2009-2010, la marca Coca Cola incrementó su valor 2%.

En el estudio realizado por Millward Brown Optimor, Coca Cola fue ubicada en la quinta posición entre las marcas más valiosas del mundo, y su valor de marca fue estimado en 67,983 millones de dólares.

Este es el *top ten* de las marcas más valiosas del mundo según el referido estudio de Interbrand: Coca Cola (1), IBM (2), Microsoft (3), Google (4), General Electric (5) McDonalds (6), Intel (7), Nokia (8), Disney (9), HP (10).

En la citada relación de las 10 marcas más valiosas del mundo, según el referido estudio de Interbrand, debemos destacar la presencia de seis marcas dedicadas a ofrecer soluciones de Internet, electrónica avanzada y computación: IBM, Microsoft, Google, General Electric, Intel, Nokia y HP.

Esta es la relación de las marcas que fueron consideradas en el *top ten* del estudio realizado por Millward Brown Optimor: Google (1), IBM (2), Apple (3), Microsoft (4), Coca Cola (5), McDonalds (6), Marlboro (7), China Mobile (8), General Electric (9) y Vodafone (10).

Un total de 7 marcas dedicadas a ofrecer servicios de Internet, electrónica avanzada, computación y telefonía fueron consideradas en el *top ten* del estudio realizado por Millward Brown Optimor: Google, IBM, Apple, Microsoft, China Mobile, General Electric y Vodafone.

Seis marcas fueron consideradas en el *top ten* de ambos estudios: Google, Microsoft, IBM, General Electric, Coca Cola y Mc Donalds.

Las 10 marcas más valiosas del mundo, de acuerdo con el estudio de Interbrand, ocupan las siguientes posiciones en el estudio realizado por Millward Brown Optimor: Coca Cola (5), IBM (2), Microsoft (3), Google (4), General Electric (9), Mc Donalds (6), Intel (48), 8 Nokia (42), Disney (41), HP (12).

A las 10 marcas más valiosas del mundo, de acuerdo con el estudio de Millward Brown Optimor, fueron asignadas las siguientes posiciones en el estudio realizado por Interbrand: Google (4), IBM (2), Apple (17), Microsoft (3), Coca Cola (1), Mc Donalds (6), Marlboro (18), China Mobile (no considerada), General Electric (5) y Vodafone (no considerada).

Sorprende advertir que ni China Mobile ni Vodafone fueron consideradas en el estudio realizado por Interbrand.

De acuerdo con los resultados que arrojó el referido estudio, la marca más valiosa de la Unión Europea es Nokia (Finlandia), que fue ubicada en la octava posición entre las 100 marcas más valiosas del mundo, y su valor de marca fue estimado en 29,495 millones de dólares. La marca más valiosa de Asia es Toyota (Japón), que fue ubicada en la posición 11, y su valor de marca fue estimado en 29,495 millones de dólares.

Según el estudio de Interbrand, en el periodo 2009-2010, Google incrementó 36% su valor de marca. En el mismo periodo Microsoft incrementó su valor de marca 7%. No obstante lo anterior, el valor de la marca Microsoft (60,895 millones de dólares) fue superior al valor estimado de la marca Google (42,357 millones de dólares).

En el periodo 2009-2010, las dos marcas que de acuerdo con lo asentado en el estudio realizado por Interbrand, observaron el incremento más significativo en su valor de marca fueron Apple (37%) y Google (36%). Ambas marcas observan un rol protagónico en el desarrollo de la economía del conocimiento.

---

<sup>i</sup> Director de Proyecto Internet-Cátedra de Comunicaciones Digitales Estratégicas del Tecnológico de Monterrey campus Estado de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Miembro numerario de la Academia Mexicana de la Comunicación. Su cuenta de e-mail es octavio.islas@itesm.mx

<sup>ii</sup> Disponible en <http://www.interbrand.com/es/best-global-brands/best-global-brands-2008/best-global-brands-2010.aspx> Fecha de consulta: 22 de septiembre de 2010.