

Actividad 9

Equipo 7

Deberán buscar los estudios más recientes (2014, 2015, 2016) de **Interbrand**, **Brandz** y **Forbes** sobre las marcas más valiosas del mundo.

1. Realizar tablas comparativas de las metodologías y variables considerados en cada estudio.

Brandz	Interbrand	Forbes
Brandz entrevista a los clientes de la compañía, además de a los expertos para evaluar la competitividad de la marca.	Lo más importante es la fortaleza financiera	Forbes analiza el capital que maneja la marca
Es una evaluación más subjetiva	Una de las cosas evaluadas es la importancia en los motivos del consumidor.	El valor de la bolsa que estas empresas tienen
La evaluación de la marca se basa en emociones y percepciones de los clientes	Por último se evalúa la probabilidad de ingresos futuros de la marca.	La opinión pública cuenta mucho para este ranking
Evaluación más intangible	La metodología se centra en la inversión y en la gestión que se realiza en la marca.	Toma en cuenta la capitalización del mercado
Es el único ranking en el mundo que evalúa la opinión de los clientes	El valor de la marca se centra en el beneficio económico y en las ganancias de la marca	Crédito
Valor financiero x Contribución de la marca = Valor de la marca	Analiza el impacto que la marca puede tener en generaciones futuras	Ingresos y bienes

2. Realizar un listado de las 10 marcas más valiosas del mundo según cada estudio y cada año.

Interbrand 2014		BrandZ 2014		Forbes 2014	
1	Apple Inc.	1	Google	1	Apple Inc.
2	Google	2	Apple Inc.	2	Microsoft
3	CocaCola	3	IBM	3	Google
4	IBM	4	Microsoft	4	CocaCola
5	Microsoft	5	McDonalds	5	IBM
6	GE	6	CocaCola	6	McDonalds
7	Samsung	7	Visa	7	GE
8	Toyota	8	AT&T	8	Samsung
9	McDonalds	9	Marlboro	9	Toyota
10	Mercedes - Benz	10	Amazon	10	Louis Vuitton

Interbrand 2015		BrandZ 2015		Forbes 2015	
1	Apple Inc.	1	Apple Inc.	1	Apple Inc.
2	Google	2	Google	2	Microsoft
3	CocaCola	3	Microsoft	3	Google
4	Microsoft	4	IBM	4	CocaCola
5	IBM	5	Visa	5	IBM
6	Toyota	6	AT&T	6	McDonalds
7	Samsung	7	Verizon	7	Samsung
8	GE	8	CocaCola	8	Toyota

9	McDonalds	9	McDonalds	9	GE
10	Amazon	10	Marlboro	10	Facebook

Interbrand 2016		BrandZ 2016		Forbes 2016	
1	Apple Inc.	1	Google	1	Apple Inc.
2	Google	2	Apple Inc.	2	Google
3	CocaCola	3	Microsoft	3	Microsoft
4	Microsoft	4	AT&T	4	CocaCola
5	Toyota	5	Facebook	5	Facebook
6	IBM	6	Visa	6	Toyota
7	Samsung	7	Amazon	7	IBM
8	Amazon	8	Verizon	8	Disney Co.
9	Mercedes - Benz	9	McDonalds	9	McDonalds
10	GE	10	IBM	10	GE

3. Del *top ten* de las marcas más valiosas, identificar cuáles marcas son distintivas del desarrollo de la **sociedad de la información y el conocimiento (TICs e Internet)** -cada año también-.

Brandz 2014	Brandz 2015	Brandz 2016
Apple	Apple	Google
Google	Google	Apple
IBM	IBM	Microsoft
Microsoft	Microsoft	AT&T
Amazon	AT&T	Facebook
AT&T		Amazon

Forbes 2014	Forbes 2015	Forbes 2016
Apple	Apple	Apple
Microsoft	Google	Google
Google	Microsoft	Microsoft
IBM	IBM	Facebook
-	Facebook	IBM
-	-	-

Interbrand 2014	Interbrand 2015	Interbrand 2016
Apple	Apple	Apple
Google	Google	Google
IBM	Microsoft	Microsoft
Microsoft	IBM	IBM
Samsung		Amazon
-	-	Samsung

4. ¿Cuántas marcas estadounidenses aparecen en los tres estudios de 2016
(considerando todas las marcas? ¿Cuáles son?

1. Google
2. Apple
3. Microsoft
4. AT&T
5. Facebook
6. Visa
7. Verizon
8. Amazon
9. McDonalds
10. IBM
11. Marlboro
12. Coca Cola
13. Wells Fargo
14. General Electric
15. Disney
16. Starbucks
17. Tmobile
18. Nike
19. The Home Depot
20. Budweiser
21. Walmart

22. American Express

23. Pampers

24. Subway

25. HP

26. Oracle

27. Intel

28. Colgate

29. Citi

30. Gillette

31. FedEx

32. Paypal

33. Costco

34. Usbank

35. Ford

36. Lowe's

37. KFC

38. Chase

39. LinkedIn

40. CVS

41. Pepsi

42. eBay

43. Bank of America

44. Adobe

- 45.ESPN
- 46.Frito Lay
- 47.Wells Fargo
- 48.Mastercard
- 49.J.P. Morgan
- 50.Fox
- 51.Colgate
- 52.Kraft
- 53.Netflix
- 54.Adidas
- 55.LEGO
- 56.Caterpillar
- 57.Target
- 58.Boeing
- 59.Subway
- 60.Hershey
- 61.Walgreens
- 62.MTV
- 63.Sprite
- 64.Jack Daniels
- 65.Harley Davidson
- 66.Tiffany & Co.
- 67.Johnson & Johnson

68. Discovery

69. 3M

70. Goldman Sachs

71. Thomson Reuters

72. Ralph Lauren

73. Tesla

5. ¿Cuántas marcas europeas aparecen en los tres estudios de 2016 (considerando todas las marcas)? ¿Cuáles son?

1. Mercedes Benz

2. BMW

3. Louis Vuitton

4. H&M

5. IKEA

6. Zara

7. Hermès

8. Nescafé

9. Accenture

10. Audi

11. Volkswagen

12. Philips

13. L'Oréal

14. Axa

15. Porsche

16. Allianz

17. Siemens

18. Gucci

19. Danone

20. Nestlé

21. Cartier

22. Santander

23. DHL

24. Land Rover
25. Prada
26. Burberry
27. Heineken
28. Mini
29. Dior
30. Redbull
31. Shell
32. Smirnoff
33. Moet et Chandon
34. Vodafone
35. Movistar
36. BT
37. Orange
38. Aldi
39. BP
40. Rolex
41. BASF
42. Nivea
43. Tmobile
44. Lancome

6. ¿Cuántas marcas asiáticas aparecen en los tres estudios de 2016 (considerando todas las marcas)? ¿Cuáles son?

Interbrand 2016	BrandZ 2016	Forbes 2016
Toyota, Samsung, Honda, Hyundai, Canon, Nissan, Sony, Panasonic, Kia, Huawei, Lenovo.	Tencent, China Mobile Limited, Alibaba, Industrial and Commercial Bank of China, Toyota, Baidu, Ping An, China	Toyota, Samsung, Honda, Lexus, Nissan, Hyundai, Sony, Panasonic, Canon, Uniqlo.

	Construction Bank, NTT Group, Huawei, China Life, Agricultural Bank of China, Bank of China, Honda, PetroChina, Nissan, Moutai, SoftBank, JD.com.	
--	---	--

7. ¿Cuántas marcas iberoamericanas aparecen en los tres estudios de 2016 (considerando todas las marcas?)

¿Cuáles son?

1. Corona Extra
2. BBVA
3. Santander
4. Zara
5. Movistar.