

RANKING BRANDZ DE MILLWARD BROWN

Corona, Telcel y Televisa, las más valiosas de México

Karina Hernández Mundo

EL ECONOMISTA

CORONA, TELCEL, Televisa, Modelo, Telmex, Bodega Aurrerá, Cemex, Bimbo, Liverpool y Banorte son las marcas que encabezan el top 30 de las marcas más valiosas de México en el 2015, de acuerdo con el ranking BrandZ que elabora la agencia de investigación de mercados Millward Brown.

De la posición 11 a la 20 están Inbursa, Banco Azteca, Oxxo, Banamex, Tecate, Sanborns, Marina, Soriana, Sol y Maseca. Mientras que de la posición 21 a la 30 se encuentran Ideal (Constructora de Grupo Carso), Lala, Elektra, Palacio de Hierro, Victoria, León, Pacífico, Aeroméxico, Tía Rosa y Superama.

“En su totalidad, estas marcas comprenden un valor de 57,350 millones de dólares, un crecimiento de 11% respecto del año pasado y muy superior al de la región de Latinoamérica, el cual fue de 2%”, informó Fernando Álvarez, vicepresidente de Millward Brown.

Durante la presentación del ranking, Álvarez precisó que en el top 10 se reúne 70% del valor total del portafolio.

“A estas marcas la caracteriza su fortaleza, el favor del consumidor, pero ante todo que son marcas muy tradicionales. En promedio, cada marca tiene aproximadamente 75 años de edad. Esto nos habla de un consumidor tradicional y muy apegado a sus marcas y sus valores”, consideró.

Para Álvarez, uno de los retos para México y de toda la región de Latinoamérica es construir en categorías donde se ven rezagos. “Ojalá pronto viéramos marcas locales de tecnología. La edad promedio del ranking global es mucho más joven, pues lo distingue la presencia de marcas tecnológicas; en México y Latinoamérica la presencia de éstas es nula”, dijo.

La marca que registró un mayor crecimiento en valor fue Oxxo, con 58%; seguida de Tecate, con un 46%; Banamex, con 28%, y Televisa, con 22 por ciento.

HACEN SU DEBUT

En cuanto a las marcas nuevas que llegaron al ranking están Aeroméxico, Maseca, Sol y Banco Azteca.

“Banco Azteca ha desarrollado un modelo muy interesante y se ha dado a la tarea de bancarizar a los niveles socioeconómicos bajos, además de una estrategia de ubicaciones dentro de sus mismos puntos de venta. Dentro de un Elektra, dentro de un Salinas y Rocha, siempre encontrarán un Banco Azteca”, explicó Álvarez.

En el caso de Aeroméxico, el especialista explicó que se dio a la tarea de atraer al viajero de negocios, dándole servicios más especializados, menús mucho más sofisticados para este target y apostando mucho por la conectividad y por la lealtad.

Entre los requisitos para considerar una marca dentro del ranking BrandZ se encuentra que sea una marca pública; es decir, que co-

existe en Bolsa, así como que la mayor parte de sus ingresos venga de la región.

karina.hernandez@eleconomista.mx

LAS MARCAS MÁS VALIOSAS EN EL 2015

Top 10 de marcas más valiosas de México 2015 del ranking BrandZ, elaborado por Millward Brown.

VALOR (MILLONES DE DÓLARES)

	1 Corona	8,476
	2 Telcel	6,174
	3 Televisa	4,423
	4 Modelo	3,604
	5 Telmex	3,554
	6 Bodega Aurrerá	3,091
	7 Cemex	3,039
	8 Bimbo	2,795
	9 Liverpool	2,557
	10 Banorte	2,207

