

# Nokia, la marca que más vale de Europa: 32.332 millones

## El grupo Telefónica se sitúa en cuarto lugar, según el ranking Eurobrand

C. C. Madrid

**C**uánto vale una marca? Una pregunta de difícil respuesta incluso para los más entendidos en la materia. Sobre la mesa están factores tan subjetivos como la imagen, la reputación, el posicionamiento estratégico, la percepción que de ella tienen los distintos grupos de interés o *stakeholders* como se les conoce en la jerga (clientes, empleados, accionistas)...

Un informe del instituto Europeo de Marcas (European Brand Institute), consultora con sede en Viena, ha querido poner en valor todos estos condicionantes para las principales enseñas del Viejo Continente, lo que ha dado lugar al estudio Eurobrand, con apoyo de por Novomatic y el banco Raiffeisen. El resultado es que la marca de móviles Nokia es la que más vale, con un valor estimado de sus enseñas de 32.332 millones de euros.

A la finlandesa le siguen la cartera de marcas de la firma de lujo LVMH (que integra las marcas Moët & Chandon, Louis Vuitton, Fendi, Christian Dior Perfumes entre otras), cuyo valor estiman en 29.831 millones de euros, y Unilever, que cuenta en su portafolio con marcas de productos de cuidado personal y para el hogar como Knorr, Dove, Axe y Skip, con un valor estimado de 25.858 millones.

El grupo Telefónica es la primera española que aparece en la clasificación elaborada por el instituto. A juicio de estos expertos, las enseñas de la operadora española valen 23.858 millones. Además, la imagen corporativa de la firma presidida por César Alierta encabeza la valoración en el sector de telecomunicaciones europeo.

La otra enseña nacional que se cita en el informe junto a Telefónica es el grupo Santander, que se sitúa en el puesto número 43 con 7.442 millones de euros de valor de su enseña.

Para realizar el estudio, sus promotores han analizado más de 3.000 marcas corporativas europeas y también enseñas individuales en 24 países. El proceso de evaluación de cada una de ellas tiene en cuenta su reciente evolución del negocio, la situación competitiva, la posición

de mercado, percepción y comportamiento de los grupos objetivo de las empresas, inversiones y potencial futuro. Además de valorar cada uno de esos parámetros, la consultora también tiene en cuenta los ingresos generados por la compañía para asignar el valor total a la marca.

Alemania es el país que cuenta con mayor número de marcas entre las número uno por sectores, con ocho enseñas líderes en sus respectivas industrias. Mercedes Benz (con una estimación de 20.483 millones de euros) encabeza las marcas de automóvil; SAP (8.419 millones) está al frente del sector tecnológico; Adidas, el de bienes; Deutsche Bank, el financiero; Siemens, el industrial; Deutsche Post, el de logística; Bertelsmann, medios de comunicación, y TUI, viajes. Sin embargo, el país germano disputa el liderazgo en marcas con Reino Unido, ya que éste cuenta con más enseñas representadas en cada uno de los sectores, entre ellas, algunas tan potentes como Unilever, Ladbroskers y GlaxoSmithKline.

Gerhard Hrebíček, del Instituto Europeo de Marcas en Viena resume varias conclusiones del informe. En primer lugar, este analista considera que la gestión de las marcas en Europa es "diferenciada". Es decir, menos de un tercio de las 50 primeras marcas corporativas están representadas por una sola enseña. Este hecho "enfatisa la necesidad de cartteras de marcas para ajustarla a las necesidades locales".

El informe destaca también la correlación entre la creación de marcas potentes y la riqueza de un país. Relacionando el valor estimado de las 10 primeras enseñas de un país con su PIB, el resultado es que "países con un alto nivel económico tienden a exhibir valores de marca más elevados". No obstante, los analistas ven notable la concentración de las marcas más reputadas en tres países, además de Reino Unido y Alemania, se le suma Francia.

Dos son las perspectivas: "Desde el punto de vista de la gestión, el valor de marca actúa como medida de la evolución económica de una empresa", señala. "A ello se suma, "cómo contribuyen las marcas a las economías nacionales".



## El potencial de Europa del Este

Según el informe, hay un gran potencial para el desarrollo de marcas de Europa del Este. El estudio señala que, tras el proceso de privatización, muchas de las grandes compañías de esta zona pasaron a control de empresas de Europa Occidental, lo que limitó la capacidad de las enseñas locales. Por ello, Gorenje (una de las principales productoras de Eslovenia en electrodomésticos y servicios) y la marca de *telecos* rusa Beeline son un ejemplo a seguir.



Ranking por valor de marcas

	Industria	País	Mill. de euros	
1	<b>NOKIA</b>	Tecnología	Finlandia	32.332
2	<b>LVMH</b>	Lujo	Francia	29.831
3	<b>Unilever</b>	Consumo	R. Unido	25.136
4	<b>Telefónica</b>	Telecom.	España	23.858
5	<b>vodafone</b>	Telecom.	R. Unido	22.250
6	<b>Mercedes Benz</b>	Automóvil	Alemania	20.483
7	<b>Deutsche Telekom</b>	Telecom.	Alemania	18.269
8	<b>BMW</b>	Automóvil	Alemania	17.298
9	<b>ftgroup</b>	Telecom.	Francia	17.068
10	<b>InBev</b>	Consumo	Bélgica	16.873
11	<b>Deutsche Bank</b>	Serv. financ.	Alemania	16.835
12	<b>SAB Miller</b>	Consumo	R. Unido	15.582
13	<b>Bertelsmann</b>	Entretenim.	Alemania	15.313
14	<b>Heineken</b>	Consumo	Holanda	13.846
15	<b>Nestlé</b>	Consumo	Suiza	13.711
16	<b>Vivendi</b>	Entretenim.	Francia	13.527
17	<b>Volkswagen</b>	Automóvil	Alemania	13.121
18	<b>Diageo</b>	Consumo	R. Unido	12.743
19	<b>Fiat</b>	Automóvil	Italia	12.294
20	<b>HSBC</b>	Serv. financ.	R. Unido	12.078
21	<b>RBS</b>	Serv. financ.	R. Unido	11.896
22	<b>GSK</b>	Farmacia	R. Unido	11.766
23	<b>Red Bull</b>	Consumo	Austria	10.943
24	<b>Telecom Italia</b>	Telecom.	Italia	10.459
25	<b>Ericsson</b>	Tecnología	Suecia	9.915
26	<b>UBS</b>	Farmacia	Suiza	9.875
27	<b>Novartis</b>	Telecomunic.	Suiza	9.711
28	<b>BT</b>	Farmacia	R. Unido	9.442
29	<b>Sanofi Aventis</b>	Logística	Francia	9.333
30	<b>Deutsche Post</b>	Serv. financ.	Alemania	9.258
31	<b>Grupo Generali</b>	Serv. financ.	Italia	9.059
32	<b>Barclays</b>	Serv. financ.	R. Unido	9.040
33	<b>BNP Paribas</b>	Serv. financ.	Francia	8.972
34	<b>Unicredit Group</b>	Serv. financ.	Italia	8.778
35	<b>Allianz</b>	Serv. financ.	Alemania	8.754
36	<b>Ikea</b>	Distribución	Suecia	8.737
37	<b>Cadbury Schweppes</b>	Consumo	R. Unido	8.635
38	<b>Henkel</b>	Consumo	Alemania	8.630
39	<b>British Am. Tobacco</b>	Consumo	R. Unido	8.569
40	<b>SAP</b>	Tecnología	Alemania	8.419
41	<b>Siemens</b>	Industria	Alemania	7.772
42	<b>Bayer</b>	Farmacia	Alemania	7.478
43	<b>Grupo Santander</b>	Serv. financ.	España	7.442
44	<b>ABN Amro</b>	Serv. financ.	Holanda	7.384
45	<b>H&amp;M</b>	Distribución	Suecia	7.125
46	<b>AstraZeneca</b>	Farmacia	R. Unido	6.949
47	<b>Carlsberg</b>	Consumo	Dinamarca	6.670
48	<b>TeliaSonera</b>	Telecom.	Suecia	6.608
49	<b>Maersk</b>	Logística	Dinamarca	6.565
50	<b>Intesa-Sanpaolo</b>	Serv. financ.	Italia	6.527

Cinco Días