

# SIETE MARCAS ESPAÑOLAS, ENCABEZADAS POR ZARA, ENTRE LAS 500 MÁS VALIOSAS DEL MUNDO



Zara, Santander, BBVA, Movistar, Repsol e Iberdrola se mantienen en el ranking Brand Finance con las 500 marcas más valiosas del mundo, en el que por primera vez ha entrado El Corte Inglés y que este año encabeza el gigante del comercio electrónico Amazon.

Según el informe, la marca española más valiosa es **Zara** que, con un valor de 17.453 millones de dólares (14.023 millones de euros) y un crecimiento del 21,2%, arrebatara el cetro a **Santander**, cuyo valor sube el 1,7%, hasta los 16.200 millones de dólares (13.016 millones de euros).

Con estas cifra, Zara, del grupo Inditex, se sitúa en el puesto 82 y sube ocho peldaños, mientras que la entidad financiera cae del 81 al 92.

**BBVA** (11.616 millones de dólares) sube del 177 al 131, **Movistar** (11.415 millones) del 136 al 132 y **Repsol** (4.054 millones) del 483 al 443; en tanto que **Iberdrola** (3.857 millones) retrocede del 407 al 468 (3.857 millones).

## Entra El Corte Inglés

Por su parte, El Corte Inglés entra por primera vez en este ranking, en el puesto 434, con una valoración de 4.136 millones de dólares (3.323 millones de euros), "gracias a su empleabilidad y atención al cliente" y por ser "uno de los mayores aportadores de riqueza al país".

También por primera vez, el ranking lo encabeza **Amazon**, que escala del puesto tres al uno tras revalorizarse en el último año el 41,7 % y alcanzar los 150.811 millones de dólares (121.163 millones de euros).

Por detrás se sitúan **Apple**, que se mantiene en la segunda posición (146.311 millones de dólares) y **Google** (120.911 millones de dólares), que pasa del puesto uno al tres.

El "top ten" de las marcas más valiosas del mundo lo completan **Samsung, Facebook, AT&T, Microsoft, Verizon, Walmart** y la entidad financiera china **ICBC**.

"Desde el modesto arranque de la marca como una tienda online de libros, hemos visto cómo Amazon se ha convertido en el mayor negocio en internet a nivel mundial, tanto en términos de capitalización de mercado como en ingresos", señala en su informe la consultora especializada en valoración de marcas.

La compañía fundada por Jeff Bezos ya no es sólo un comercio en internet, sino que también es un proveedor de infraestructura en la nube, un productor de electrónica y proveedor de contenidos, añade Brand Finance, que destaca que tras la compra de Whole Foods, Amazon se mueve más allá del espacio digital.