

El valor de marca de McDonald's es superior a la suma del resto de marcas del ranking BrandZ™ de Fast Food

EEUU domina el ranking BrandZ™ de las 10 marcas de Fast Food más valiosas del mundo. Según el Ranking Global BrandZ™ de Kantar Millward Brown y WPP, a nivel mundial McDonald's es la marca de comida rápida más valiosa de 2018, con un valor de marca de 126.044 millones de dólares. La marca de hamburgueserías es también la que más ha crecido en esta categoría, con un incremento de valor del 29% y se sitúa además como la octava marca más valiosa del mundo. McDonald's logra así en 2018 tener un valor de marca superior a la suma del resto de marcas del ranking de su categoría.











A cierta distancia le siguen en el puesto #2 Starbucks con un valor de 44.503 millones de dólares, Subway en la posición #3 con un valor de 18.766 millones de dólares, y KFC, en el puesto #4 y un valor de 15.131 millones de dólares. Estas cuatro marcas son las únicas marcas de comida rápida que aparecen en el ranking global BrandZ™ Top100 de las marcas más valiosas del mundo en 2018.

En términos de crecimiento respecto al año pasado, la segunda marca que más ha crecido ha sido Burger King, que gracias a un incremento de valor del 28% sube dos puestos alcanzando la posición #8 en el ranking de marcas Fast Food con un valor de 6.555 millones de dólares.

EEUU domina el ranking BrandZ™ de las 10 marcas de Fast Food más valiosas del mundo, ya que 9 de ellas son de origen estadounidense. Solo la marca canadiense Tim Hortons logra aparecer en este ranking sectorial en la posición #7.

Las 10 marcas de Fast Food más valiosas del mundo tienen un valor combinado de 242.357 millones de dólares, lo que supone un crecimiento de la categoría del 13% respecto al año pasado, casi el doble que el año anterior cuando creció un 7%. Se trata de la séptima categoría que más ha crecido este año.


Ricardo Pérez, responsable del estudio BrandZ™ en España comenta: “Los consumidores parecen haber aceptado la comida rápida como parte de su repertorio alimenticio, un capricho aceptable en su dieta. Las cadenas de Fast Food han sabido seducirlos gracias a mejoras en el sabor, ingredientes más sanos y una mejora en la experiencia del consumidor gracias al uso de la tecnología. Para crecer en esta categoría las marcas deberán trabajar sus puntos de contacto con el cliente para hacerlos lo más amigables posible, desde tecnologías que permitan un pedido y pago rápido, hasta una entrega a domicilio con una sonrisa. Deberán trabajar la autenticidad e incorporar el valor de la salud siendo cautos en torno al concepto capricho: el consumidor quiere mimarse, pero huye de la culpabilidad”.

Rank	Marca	Valor de marca 2018 (millones de \$)	% variación vs. 2017
1		126.044	29%
2		44.503	1%
3		18.766	-14%
4		15.131	12%
+1 ▲ 5		7.446	18%
-1 ▼ 6		7.372	-9%
7		6.904	17%
+2 ▲ 8		6.555	28%
9		5.213	-3%
-2 ▼ 10		4.422	-23%

#BrandZ

Las 100 marcas más valiosas del mundo valen en 2018 un 21% más que en 2017

 **Top 10 Most Valuable Global Brands**
\$ = Brand Value US \$MIL. % = Brand Value Change 2018 vs. 2017

#1		Tecnología	\$302,063	+23%
#2		Tecnología	\$300,595	+28%
#3		Retail	\$207,594	+49%
#4		Tecnología	\$200,987	+40%
#5		Tecnología	\$178,990	+65%
#6		Tecnología	\$162,106	+25%
#7		Pagos	\$145,611	+31%
#8		Comida rápida	\$126,044	+29%
#9		Retail	\$113,401	+92%
#10		Telecomunicaciones	\$106,698	-7%

Fuente: <http://www.millwardbrown.com/global-navigation/news/press-releases/full-release/2018/05/29/las-100-marcas-mas-valiosas-del-mundo-valen-en-2018-un-21-mas-que-en-2017>