

Editado por: Vanessa Pérez Díaz vperez@larepublica.com.co

TOP 10 GLOBAL DE LAS MÁS VALIOSAS

| Marca                  | Sector             | Valor de la marca (Cifras en US\$ millones) | Crecimiento | Posición | País   |
|------------------------|--------------------|---|-------------|----------|--------|
| 1 <b>amazon</b>        | Comercio           | 315.505                                     | 52%         | 2        | EE.UU. |
| 2 <b>Apple</b>         | Tecnología         | 309.527                                     | 3%          | 0        | EE.UU. |
| 3 <b>Google</b>        | Tecnología         | 309.000                                     | 2%          | -2       | EE.UU. |
| 4 <b>Microsoft</b>     | Tecnología         | 251.244                                     | 25%         | 0        | EE.UU. |
| 5 <b>VISA</b>          | Finanzas           | 177.244                                     | 22%         | 2        | EE.UU. |
| 6 <b>Facebook</b>      | Tecnología         | 158.968                                     | -2%         | 0        | EE.UU. |
| 7 <b>Alibaba Group</b> | Comercio           | 131.246                                     | 16%         | 2        | China  |
| 8 <b>Tencent</b>       | Tecnología         | 130.862                                     | -27%        | -3       | China  |
| 9 <b>McDonald's</b>    | Alimentos          | 130.368                                     | 3%          | -1       | EE.UU. |
| 10 <b>AT&amp;T</b>     | Telecomunicaciones | 108.375                                     | 2%          | 0        | EE.UU. |

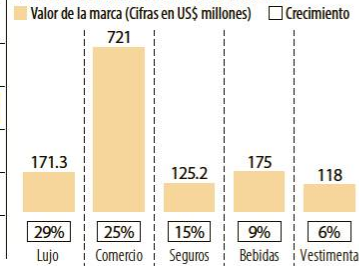
TOP 5 DE LAS MARCAS QUE MÁS CRECIERON EN VALOR

| Marca               | Crecimiento | Valor de la marca |
|---------------------|-------------|-------------------|
| 1 <b>Instagram</b>  | 95%         | 28.205            |
| 2 <b>Netflix</b>    | 65%         | 34.290            |
| 3 <b>Salesforce</b> | 58%         | 26.917            |
| 4 <b>Adobe</b>      | 57%         | 27.930            |
| 5 <b>Amazon</b>     | 52%         | 315.505           |

TOP 5 DE LAS MARCAS QUE PERDIERON VALOR

| Marca               | Crecimiento | Valor de la marca |
|---------------------|-------------|-------------------|
| 1 <b>GE</b>         | -32%        | 26.700            |
| 2 <b>Tencent</b>    | -27%        | 130.862           |
| 3 <b>Baidu</b>      | -22%        | 20.879            |
| 4 <b>DHL</b>        | -19%        | 16.644            |
| 5 <b>Commonweal</b> | -18%        | 15.795            |

VALOR DE MARCA POR CATEGORÍAS



Fuente: BrandZ / Gráfico: LR-AL

# Instagram y Netflix, las que más subieron su valor de mercado

**INDUSTRIA. SEGÚN LAS 100 MARCAS MÁS VALIOSAS DEL MUNDO DE BRANDZ, AMAZON OCUPA POR PRIMERA VEZ EL LIDERATO DEL RANKING, SUPERANDO A EMPRESAS COMO APPLE Y GOOGLE**



**Oliver Pacht**  
Managing Director  
de Kantar Consulting

“Para realizar este ranking se tiene en cuenta a los consumidores. Se entrevistaron a cuatro millones de personas en 51 mercados”.



**Juan Pablo Granada**  
Presidente de  
Customer Index Value

“Amazon tiene varias particularidades y una de ellas fue creer en la expansión del internet como un medio de comercialización, capaz de vender una experiencia”.

## US\$315.500

MILLONES ES EL VALOR DE MARCA QUE ACTUALMENTE TIENE LA EMPRESA ESTADOUNIDENSE AMAZON.

### Zara, Malboro y Citibank, entre las marcas que perdieron valor este año

En el informe de marcas que presenta BrandZ también se puede observar las marcas que han perdido valor. Por orden destacan: la multinacional *GE (General Electric)*, cuyo valor de marca perdió 32% frente a 2018; las empresas tecnológicas *Tencent*, que descendió 27%; *Baidu*, que bajó 22% su valor; y *DHL*, que cayó 19%. En temas de bancos está *Commonwealth (-18%)*, *ICBC (-16%)*, *Wells Fargo (-15%)* y *Citibank (-15%)*. En el nicho de textiles, el valor de marca de *Zara* cayó 16%; y en tabaco, *Malboro* bajó 12%.

grande del entretenimiento, *Netflix*, con un crecimiento de 65% y un valor de marca de US\$34.290 millones. Y en la tercera posición entra la compañía *Salesforce*, con un crecimiento de 58% y un valor de US\$26.917 millones. El podio completa en el cuarto lugar *Adobe* con un crecimiento de 57% y un valor de US\$27.930 millones; y en la quinta posición está *Amazon*, cuyo valor de

marca (US\$315.500 millones) creció 52%.

CAE EL VALOR DE FACEBOOK

Este año, el ranking de las 10 compañías más valiosas también sorprendió por la caída en 2% del valor de marca de *Facebook* frente al año anterior, quedando en US\$158.968 millones.

Después de *Amazon*, el top 10 lo integran: *Apple*, en segundo lugar con un crecimiento de 3%

Siganos en: [www.larepublica.co](http://www.larepublica.co)  
Para seguir leyendo sobre temas empresariales y financieros.



de su valor de marca que quedó en US\$309.527 millones; en tercer lugar está el buscador *Google*, con un crecimiento de 2% y un valor de US\$309.000 millones; en la cuarta posición, está *Microsoft*, con un crecimiento de 25% y un valor de US\$251.244 millones.

En el puesto número cinco, y abriéndose paso frente a los duros de Silicon Valley, aparece *Visa* con un alza de 22% y un valor de marca de US\$177.244 millones. En la sexta posición entraría *Facebook* y le sigue, en la séptima posición, *Alibaba Group*, con un 16% de crecimiento y US\$131.246 millones de valor de marca.

Para finalizar este ranking se encuentran en la octava, novena y décima posición las compañías: *Tencent*, cuyo valor de marca asciende a US\$130.862 millones, con un descenso de 27% frente al año anterior; *McDonald's*, con un valor de US\$130.368 millones (3% de crecimiento); y *AT&T*, con un valor de US\$108.375 millones (alza de 2%).

Entre las categorías que crecieron se encuentra lujo, con un 29%, en el que marcas como *Chanel* sobresalen este año por su deseo, creatividad y poder de innovación. También resalta comercio, con un 25% de aumento; seguros, con 15%; bebidas, con 9%; y vestimenta, con 6%.

JOHANA LORDUY  
jmunoz@larepublica.com.co

## La producción petrolera de Venezuela cayó 35% por sanciones y falta de energía

BOGOTÁ

La combinación de sanciones de Estados Unidos, la ausencia de recursos para el mantenimiento de la infraestructura y la escasez de energía eléctrica ha llevado a la industria petrolera venezolana a registrar una de sus peores crisis, según revela un documento publicado por el Instituto de Finanzas Internacionales (IIF).

“La producción de petróleo ha disminuido un 35%, ya que las sanciones a fines de enero hicieron que las exportaciones de petróleo a los Estados Unidos fueran casi imposibles y restringieron las opciones de Venezuela para importar nafta (que es necesaria para diluir el petróleo pesado). El colapso en la producción es el resultado de la combinación de sanciones y la escasez de electricidad debido a la infraestructura desmoronada”, indica el informe.

Un dato que llama la atención de este estudio es que el declive acumulado en la producción petrolera venezolana, que se inició desde 2015, destaca como uno de los más profundos de la historia. Actualmente, según la *Opep*, Venezuela produce 732.000 barriles de petróleo diarios.

“Cuando se comparó con un grupo de 21 casos en la historia donde la producción de petróleo acumulada cayó un 20% o más durante al menos tres años, el colapso de Venezuela es mucho peor que la mediana del episodio anterior”, reza el documento.

Una de las alertas que envió el IIF, es que debido a que el petróleo es la única fuente de divisas que queda en vecino país, una producción considerablemente más baja generará una mayor compresión de las importaciones, “agravando la escasez de bienes básicos. Teniendo en cuenta los compromisos para pagar la deuda oficial en especie, el flujo de efectivo libre para importar bienes también se reducirá considerablemente”, explicaron.

VANESSA PÉREZ DÍAZ  
@vanperecita



Reuters

Manuel Quevedo, presidente de Pdvsa designado por Maduro, dijo que abrirán una oficina en Rusia.