2021 MOST VALUABLE SPANISH BRANDS



BIENVENIDOS

2021 MOST VALUABLE SPANISH BRANDS



Aprender a integrar los cambios del consumidor

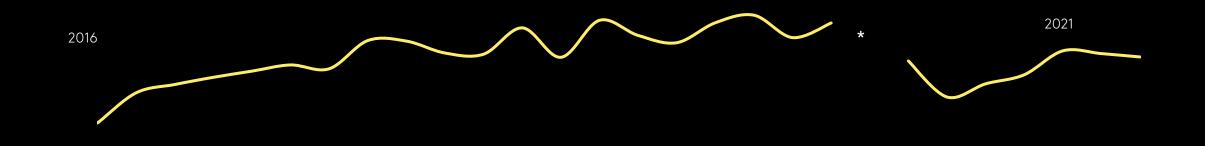
Confianza

Clima emocional

Sostenibilidad

Confianza: Se recupera la confianza manteniendo la cautela

Confianza del consumidor



Índice de Comportamiento del Consumidor

El Índice de Comportamiento del consumidor es el resultado de la media de las 3 principales valoraciones: situación del país, situación económica del hogar y momento para realizar grandes compras.



^{*}La primera ola de marzo de 2020 no se realizó por el impacto del comienzo de la pandemia Covid-19

Clima emocional

Emociones muy cambiantes,

la rápida adaptación a las circunstancias y a lo inestable

La vulnerabilidad,

una emoción que abarca a *targets* muy diferentes

Sostenibilidad: Los consumidores quieren un mundo más sostenible pero NO liderarán la transformación



85%

Es importante comprar a

empresas que trabajan

para solucionar las

problemáticas que les

STOP

42%

Ha dejado de comprar ciertos productos/servicios debido a su impacto en el medio ambiente o la sociedad.



61%

Siente que la sostenibilidad **no es su responsabilidad**... que depende de las empresas.



65%

Le preocupa que las marcas estén implicadas en problemas sociales solo por razones comerciales.

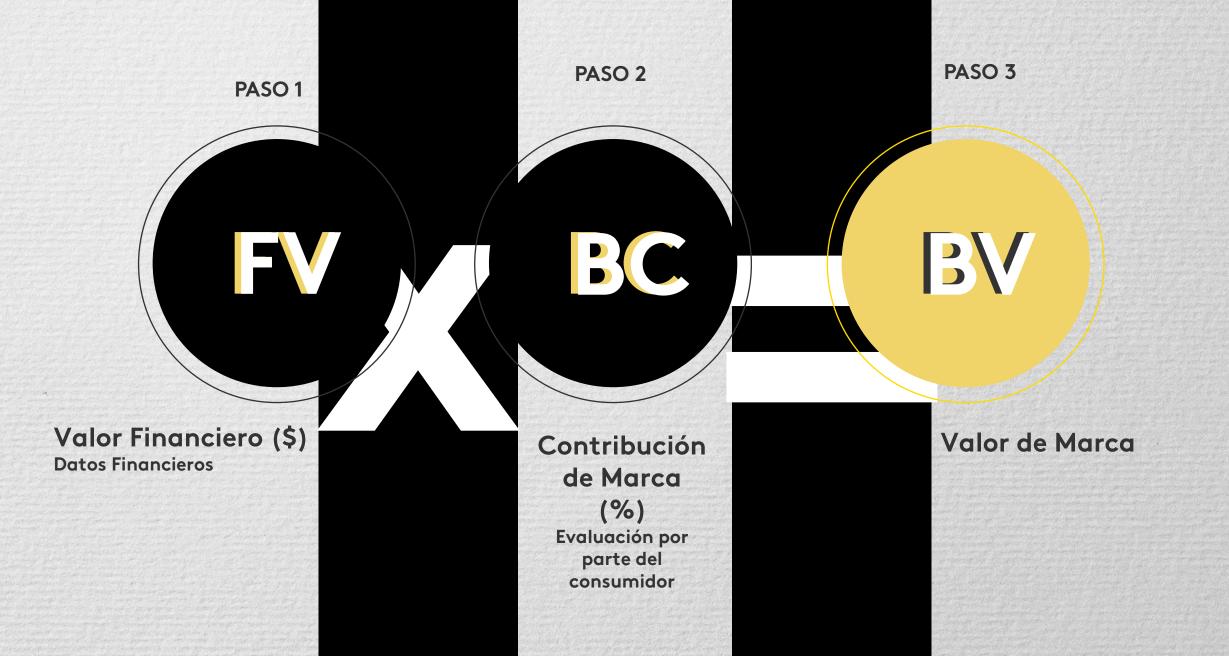
Fuente: Estudio fundacional de sostenibilidad de Kantar 2021

preocupan.

Cuando creas valor, crece tu negocio

Tu marca es tu mayor activo





Marca A \$52K Contribución de Marca

Marca B \$52K

Valor Financiero

ALTA

Contribución de marca

TOF 50

TOF 50

1	Zara	16	El Corte Inglés
2	Movistar	17	Mango
3	Santander	18	Mahou
4	lberdrola	19	Cruzcampo
5	BBVA	20	Glovo NEW!
6	Endesa	21	Mapfre
7	Naturgy	22	Mutua Madrileña NEW!
8	Repsol	23	Catalana Occidente
9	Mercadona	24	Jazztel
10	Massimo Dutti	25	lberia
11	Bershka	26	Estrella Damm
12	Pull&Bear	27	Meliá <u>NEW!</u>
13	CaixaBank	28	Banco Sabadell
14	Stradivarius	29	SEAT
15	LaLiga	30	Dia

APRENDIZAJES DE LAS
MARCAS ESPAÑOLAS
MÁS VALIOSAS

2021 MOST VALUABLE SPANISH BRANDS

ZARA/MOVISTAR/ IBERDROLA/BBVA NATURGY/REPSOL MERCADONA/MA DUTTI/BERSHKA/ CAIXABANK/STRA LALIGA/EL CORTE MANGO/MAHOU/ GLOVO/MAPFRE/ MADRILEÑA/CATA OCCIDENTE/JAZZ ESTRELLA DAMM/ BANC SABADELL/

97.786 millones \$

El valor del ranking Top30 crece un 110/0



TRES

nuevas marcas se incorporan al ranking



#20



#22



Las marcas españolas más valiosas son resilientes pero crecen despacio

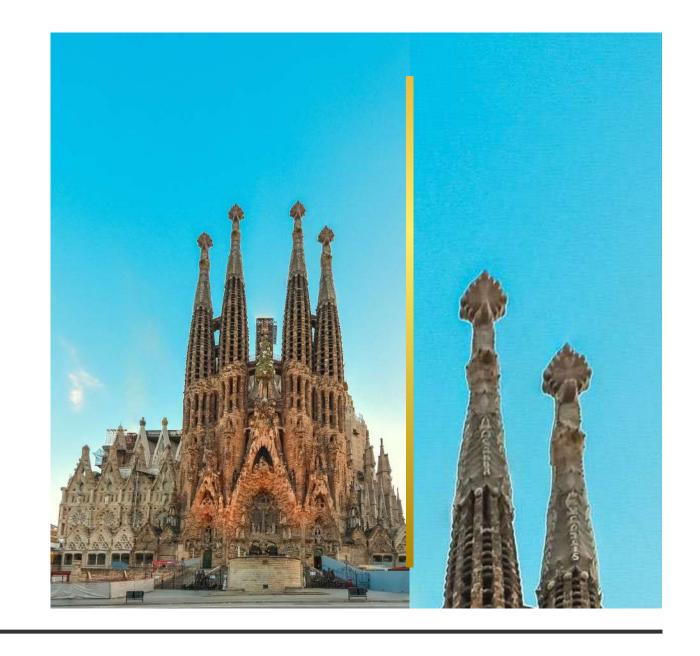
CRECIMIENTOS DEL TOP 30 EN 2021

ESPAÑA +11%

REINO UNIDO +21%

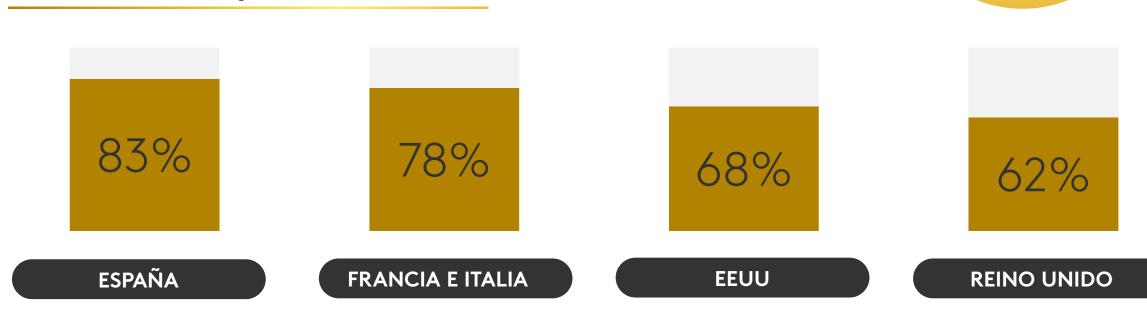
A NIVEL GLOBAL +42%

CHINA +54%



El valor del Top 30 se concentra en la parte alta del ranking

% del valor del ranking concentrado en el TOP 10





65 %

Valor conjunto de

Zara, Movistar y

Santander. % de total del ranking

Zara lidera el ranking de una categoría bajo presión

Crecimiento categoría moda vs 2020

Lo retos del sector:

Sostenibilidad

Falta de diferenciación



El valor del Top 30 depende de sectores con grandes retos

```
MODA, 32%
ENERGÍA 19%
BANCOS 18%
TELECOMUNICACIONES 17%
```

RETAIL 4%
PETRÓLEO Y GAS 3%
ALCOHOL 2%
ASEGURADORAS 2%
MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO 1%
PLATAFORMAS DE SERVICIOS 1%
VIAJES 1%
COCHES 1%

% peso de la categoría en el total del valor del ranking

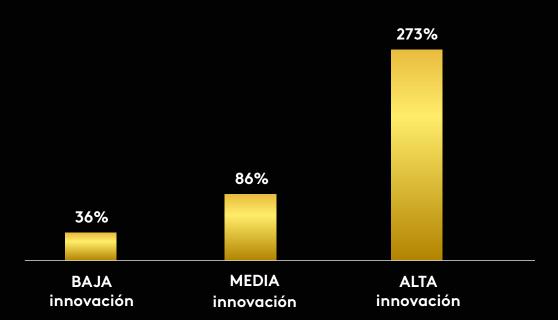


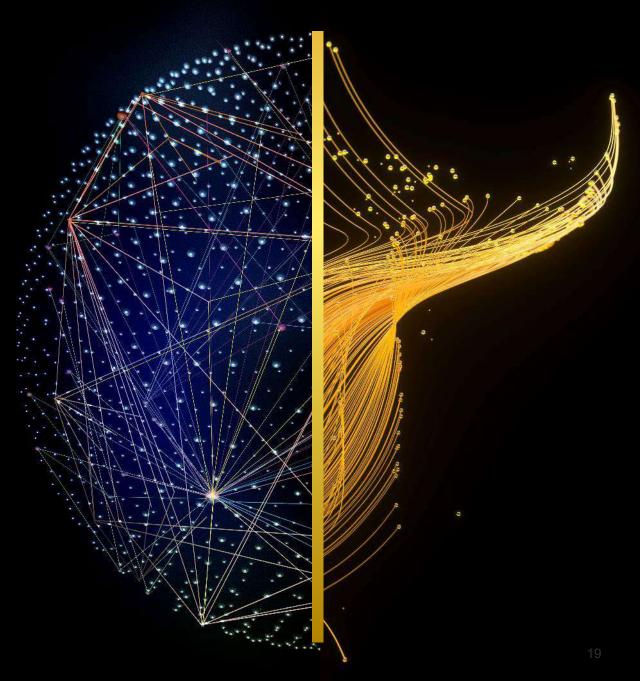
La innovación tiene un claro impacto en el valor de marca

Las marcas que mejor puntuación han obtenido en Innovación aumentaron un 273 por ciento en valor durante 12 años

Crecimiento del Brand Value

Fuente: Kantar BrandZ Datos Globales





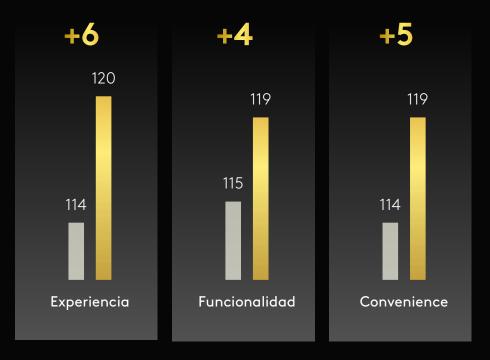
Las marcas que hacen lo correcto para las personas y el planeta crecen más

REPUTACIÓN



RESPONSABILIDAD

■ Crecimiento bajo / descenso ■ Mayor crecimiento



Puntuaciones en métricas de reputación y responsabilidad. Comparativa entre marcas de mayor y menor crecimiento

CONSTRUIR LA DIFERENCIA:
LOS 4 FUNDAMENTALS

2021 MOST VALUABLE SPANISH BRANDS

ZARA/MOVISTAR/ IBERDROLA/BBVA NATURGY/REPSOL MERCADONA/MA **DUTTI/BERSHKA/** CAIXABANK/STRA LALIGA/EL CORTE MANGO/MAHOU/ GLOVO/MAPFRE/ MADRILEÑA/CATA OCCIDENTE/JAZZ ESTRELLA DAMM/ BANC SABADELL/

¿Cómo seguir el ritmo a las marcas más valiosas del resto del mundo?



El 70% del valor de una marca proviene de su capacidad de acertar con los Fundamentals, permitiéndole, al menos, igualarse a otras marcas de su categoría.



Proporción del Brand Equity explicada por la diferenciación que proporcionan los "Fundamentals"

Fundamentals

LO FUNCIONAL

Una amplia gama de productos y servicios bien diseñados



EL CONVENIENCE

Que encajan perfectamente en el día a día del consumidor

LA EXPERIENCIA

Una experiencia
"superior" en todos los
touchpoints de la marca



Con una gran comunicación y mensajes e iconos memorables





PARA CONCLUIR

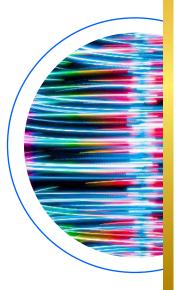
2021 MOST VALUABLE SPANISH BRANDS

ZARA/MOVISTAR/ IBERDROLA/BBVA NATURGY/REPSOL MERCADONA/MA **DUTTI/BERSHKA/** CAIXABANK/STRA LALIGA/EL CORTE MANGO/MAHOU/ GLOVO/MAPFRE/ MADRILEÑA/CATA OCCIDENTE/JAZZ ESTRELLA DAMM/ BANC SABADELL/



La confianza del consumidor se está recuperando Costruye sobre la Confianza, **Credibilidad** y el **Propósito**





La Innovación, un recurso vital pero escaso

Cuidado con la brecha de **la Sostenibilidad**



GRACIAS

2021 MOST VALUABLE SPANISH BRANDS

ZARA/MOVISTAR/ IBERDROLA/BBVA NATURGY/REPSOL MERCADONA/MA **DUTTI/BERSHKA/** CAIXABANK/STRA LALIGA/EL CORTE MANGO/MAHOU/ GLOVO/MAPFRE/ MADRILEÑA/CATA OCCIDENTE/JAZZ ESTRELLA DAMM/ BANC SABADELL/

2021 MOST VALUABLE GLOBAL BRANDS

AMAZON/APPLE/GOOGLE/MICTENCENT/FACEBOOK/VISA/ALIMCDONALD'S/MASTERCARD/MNVIDIA/VERIZON/AT&T/IBM/PACOCA-COLA/NIKE/INSTAGRANLOUIS VUITTON/UPS/INTEL/NETHE HOME DEPOT/SAP/ACCENTORACLE/STARBUCKS/WALMARXFINITY/MARLBORO/DISNEY/MTEXAS INSTRUMENTS/SALESFOLOMA/SPECTRUM/YOUTCHANEL/CISCO/SAMSUNG/HETIKTOK/DEUTSCHETELEKOM/TL'OREAL PARIS/PING AN/HUAWZOOM/INTUIT/LINKEDIN/COSTGUCCI/AMD/AMERICAN EXPRETATA CONSULTANCY SERVICES/XBOX/VODAFONE/WELLS FARCABC/TOYOTA/HAIER/HDFC BAIMERCEDES-BENZ/CHINA MOBILDEDWEISER/XIAOMI/BMW/DELTECHNOLOGIES/LIC/J.P. MORGSIEMENS/FEDEX/BAIDU/UBER/CHASE/PINDUODUO/SNAPCHAIKEA/UNITEDHEALTHCARE/LOYAIA/NTT/AUTODESK/TD/ORANDIDI CHUXING/CHINA CONSTRBANK/PAMPERS/KE/COMMONBANK OF AUSTRALIA/BANK OF