

## Las marcas españolas tienen mejor reputación que las extranjeras en 7 de 13 sectores

+ Paradores es la marca considerada con mejor reputación de nuestro país, según el informe sobre reputación de marca de Brand Finance.

+ El sector hotelero lidera la puntuación en reputación mientras que las marcas bancarias siguen siendo peor consideradas.

+ La mitad de las marcas que más crecen en reputación, son españolas

+ Para los españoles, valores como el precio, variedad de productos, las opiniones de sus familiares y amigos o la confianza son los más importantes para valorar la reputación de una marca. Una vez considerada, son fieles a ella y no dudan en recomendarla.

+ La innovación, la calidad, el apoyo a la comunidad, la transparencia en su gestión o la excelencia en el servicio al cliente no son aspectos tan relevantes para los consumidores españoles.

[Más información sobre el informe aquí](#)

Madrid, 11 de Diciembre de 2019.- ¿Se puede exportar la reputación? En España, los españoles preferimos nuestras propias marcas frente a las extranjeras. Así lo revela el estudio Brand Finance de Reputación de Marca 2019. 7 de los 13 sectores de actividad contemplados están liderados por marcas españolas. Brand Finance, la consultora independiente de valoración de marcas líder en el mundo cuyos rankings son los únicos que cumplen con ISO 10668, ha realizado este estudio en base a encuestas realizadas en España entre 2018 y 2019 en 13 sectores. Con la puntuación en reputación más alta del sector Hoteles y Ocio, la española Paradores lidera el ranking de reputación de marca 2019.

El informe busca identificar cuales son las marcas más reputadas en nuestro país en los sectores: hoteles y ocio, tecnología, automoción, textil, comida rápida, cervezas, petróleo, distribución, aerolíneas, seguros, energía, telecomunicaciones y banca.

Según Teresa de Lemus, Managing Director de Brand Finance España: *“Las marcas españolas saben construir una reputación en nuestro país en sectores que siempre han sido nuestros. Este es el primer paso para conquistar ese territorio en la mente de los consumidores en otros países y mercados y llegar a “exportar la reputación” representada en cada marca”*.

Paradores se posiciona no solo como la marca de mayor reputación del sector hoteles y ocio, sino también como la marca con mayor reputación de España. La cadena hotelera a finales de 2012 se encontraba en situación de quiebra técnica que terminaron en un expediente de regulación de empleo (ERE). Una inversión de 134 millones de euros y la rehabilitación de varios establecimientos comenzó a aumentar el resultado bruto de explotación y, con ello su recuperación.

Paradores de Turismo ha sido reconocido con el premio “Mejor Marca en Experiencia de cliente” por la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) por “ofrecer una experiencia única, diferencial y rentable, generadora de fuertes vínculos con sus clientes y de resultados sostenibles en el tiempo”. Si bien hoteles y ocio es un sector más amigable que otros más duros como es la banca, Paradores consigue un puesto indiscutible en la mente de los españoles.

Las marcas españolas vuelven a aparecer en el ranking a partir del puesto Nº7 con Repsol como la empresa del sector petrolero con mejor reputación. La marca, que nació en 1951 como una marca de lubricantes, ha tenido diversos cambios de identidad visual y actualizaciones hasta la que conocemos hoy fruto de la adquisición de YPF, pero siempre ha conservado su esencia y es fuertemente reconocida.

La marca valenciana de Juan Roig lidera el sector distribución. Tras 40 años, Mercadona afronta el momento de mayor cambio de su historia: a la transformación de la red de tiendas y de su oferta se une la apuesta por la compra 'online' y su desembarco en Portugal. La ONU ha reconocido la política de Recursos Humanos de Mercadona basada en su filosofía de “calidad total” que apuesta por el empleo estable y de calidad.

Por su parte Mapfre es líder en reputación del sector asegurador en España según el informe. Destaca por su compromiso con la Agenda 2030, la estrategia global de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. Por otro lado, en 2018 la aseguradora fue incluida en el índice Dow Jones Sustainability Index World Universe, uno de los barómetros mundiales más importantes para medir el desempeño de las empresas en materia de sostenibilidad y RSC.

Por primera vez en un ranking de Brand Finance, la marca Holaruz, la eléctrica que ofrece energía 100% verde, se sitúa líder de reputación en dicho sector. Posicionándose con un perfil diferente, la compañía ha entrado en 2019 en el Mercado Alternativo Bursátil (MAB) con una valoración de 160,1 millones de euros y, por los resultados del estudio, también en la mente de los consumidores.

En el puesto Nº12 Movistar es la marca de telecomunicaciones preferida por los españoles. La compañía del sector con mayor cuota de mercado parece que ha conquistado al público al eliminar los compromisos de permanencia de sus clientes Movistar Fusión. Este golpe de efecto es una de las iniciativas que la compañía está poniendo en marcha en su nueva estrategia para intentar subir el precio de la acción.

### Los aspectos más valorados

En cada sector encontramos peculiaridades en cuanto a los aspectos que los españoles consideramos más o menos importantes y por los que otorgamos mayor o menor reputación a la marca. Pero el informe también descubre coincidencias relevantes.

Para los españoles, valores como el precio (87%), las opiniones de sus familiares y amigos (54%) o la confianza (91%) son los más importantes para valorar la reputación de una marca. Una vez considerada, son fieles a ella y no dudan en recomendarla.

La innovación (18%), la calidad (30%), el apoyo a la comunidad (9%), la transparencia en su gestión (11%) o la excelencia en el servicio al cliente (16%) no son aspectos tan relevantes para los consumidores españoles.

Entre las 10 marcas que más crecen en reputación entre 2018 y 2019 volvemos a encontrarnos amplia presencia de firmas nacionales. Destaca la aseguradora española Santalucía (crecimiento de 4.8%). La compañía líder en seguros de decesos y que está pujando actualmente para comprar Caser, lleva cinco años en un proceso de diversificación. La firma se ha convertido en un jugador de tamaño medio con la adquisición de Aviva en el negocio de fondos y planes de pensiones y en socio de Unicaja en seguros de vida.

Sabadell y Bankia son las representantes en esta ocasión del sector bancario, uno de los sectores españoles más reconocidos fuera de nuestro país que todavía sufre las secuelas de la crisis reputacional pero que, en general, ha sido capaz de salir reforzado de ese entorno. Presentes entre las 11 marcas más valoradas a nivel internacional Banco Sabadell experimentó un crecimiento de valor de marca del 43% en el informe [Brand Finance Banking 500 2019](#).

### Las marcas españolas lideran los sectores en los que España ha destacado tradicionalmente

Los sectores de tecnología, automóviles, textil, comida rápida y cervecero lo siguen conquistando las marcas extranjeras: PayPal (Estados Unidos), Porsche (Alemania), Nike (Estados Unidos), Burger King (Estados Unidos) y Heineken (Países Bajos).

El informe revela que las marcas españolas lideran los sectores en los que tradicionalmente España ha desatado como es el sector hotelero y aerolíneas, muy ligados al turismo, telecomunicaciones o energía y petróleo por ejemplo. Parece que hay sectores en los que sabemos que nos queda camino por recorrer o que otros países históricamente tienen copados y en España admitimos su liderazgo valorando sus marcas como pueden ser el sector automoción, cervezas, comida rápida o tecnología.

PayPal (Estados Unidos) lidera el sector tecnológico. La firma de pagos registró en el tercer trimestre de su año fiscal 2019 un beneficio neto de 462 millones de dólares, un 6% más que los 436 millones de dólares alcanzados en el mismo periodo del año pasado. La seguridad y la confianza son consideraciones significativas en las decisiones de compra móvil y online, canales donde la compañía es fuertemente reconocida en España.

Tres de las 10 marcas que más han crecido en reputación en 2018 y 2019 pertenecen al sector automoción: Volkswagen (4,2%), Porsche (3,5%) y Fiat (2,0%). Porsche, es la marca con mayor reputación en España según el estudio Brand Finance de Reputación de Marca 2019. Con un valor de marca de 25.271 millones de euros, Porsche es la marca de lujo y premium más valiosa del mundo (Informe [Brand Finance Luxury & Premium 2019](#)). La prestigiosa marca de automóviles acaba de anunciar que reorganizará su filial en España en un momento de transformación del sector de la automoción hacia modelos sostenibles y de la propia Porsche, que el año pasado dejó de fabricar propulsores diésel para centrar su apuesta en los vehículos híbridos y eléctricos, Porsche acaba de lanzar Taycan en septiembre pasado, su primer modelo 100% eléctrico.

Según el informe, Nike es la marca del sector textil con mejor reputación entre los encuestados. La firma de moda deportiva lideró con holgura y desde hace 5 años, el ranking [Brand Finance Apparel 2019](#) con un valor de marca de 27,9 mil millones de euros. Zara se colocaba en un digno segundo puesto en el ranking, que valora las firmas del textil a nivel internacional. En esta ocasión en cuanto a reputación de marca en España, la joya de Inditex, ha quedado en el puesto Nº7 dentro del sector Textil.

### FIN

#### Sobre Brand Finance

Brand Finance es la firma consultora internacional, independiente líder en valoración y estrategia de marcas, con oficinas en 20 países. Creamos puentes entre las áreas de marketing y finanzas. Ofrecemos claridad a expertos en marketing, propietarios de marcas e inversores, al cuantificar el valor financiero de una marca. Por nuestra experiencia en estrategia; branding; investigación de mercados; identidad visual; finanzas; aspectos fiscales y propiedad intelectual, en Brand Finance apoyamos al cliente a tomar decisiones acertadas que optimizan el valor de una marca y de toda la empresa tendiendo puentes entre el marketing y las finanzas.

Brand Finance colaboró en la elaboración de la Norma Internacional sobre valoración financiera de marcas ISO 10668, al igual que en la recién aprobada norma sobre evaluación de marcas, ISO 20671. La compañía forma parte de ICAEW y es la primera consultora de valoración de marcas en formar parte del Comité Internacional sobre Estándares de Valoración IVSC.

Contacto de Medios:

Contacto de Prensa en España:

Cristina Campos Masipe  
Communications Manager España  
M: +34 690 234 872  
c.campos@brandfinance.com

Contacto de Prensa Internacional:

Konrad Jagodzinski  
Communications Director  
T: +44 (0)2073 899 400  
M: +44 (0)7508 304 782  
k.jagodzinski@brandfinance.com

Síguenos en Twitter [@BrandFinance](#), [LinkedIn](#), [Instagram](#), y [Facebook](#).