

EQUIPAMIENTO

Nike lidera el ránking de marcas deportivas más valiosas del mundo

Adidas, que ocupa la posición número 99 del ránking global, es una de las firmas que más ha aumentado su valoración en el último año, aunque la marca estadounidense sigue liderando el segmento textil y deportivo.

Palco23
29 may 2018 - 10:11

Nike lidera el ránking de marcas de textil más valoradas. En el top-ten de ese nicho tamt

Las marcas deportivas siguen ganando músculo para estar entre las más valiosas del mundo, pero el sector *techie* continúa liderando el ránking con Google, Apple y Amazon a la cabeza. Así se desprende del informe *BrandZ 2018* elaborado por Kantar Millward Brown y WPP, que sitúa a Nike como la marca del sector textil más valorada, por delante de otros gigantes como Zara y Adidas, su gran rival.

La firma con sede en Oregón ocupa el puesto 29 de la lista global, justo por delante de PayPal y su valor de marca es de 39.041 millones de dólares (33.481 millones de euros), un 13% más que el año anterior. Le sigue Adidas, que es la que más creció en el segmento textil con un aumento del 50% en su valoración, hasta 12.456 millones de dólares (10.682 millones de euros).

Kantar atribuye el alza de Adidas a la personalización del producto al cliente y a la innovación, que le llevó a cerrar un acuerdo con la MLS para que los equipos de la liga estadounidense jugaran con equipaciones fabricadas con práctico reciclado extraído del mar. Eso sí, la firma de las tres barras no logró superar a Zara, que en el sector textil se posicionó en segundo lugar, y en el ránking global de las 100 mayores marcas se situó en la posición número 99.

Nike lidera el ránking de marcas de textil más valoradas. En el top-ten de ese nicho también están Adidas, Lululemon y Under Armour

Fuera del top-100 están la canadiense Lululemon, valorada en 3.912 millones de dólares (3.354 millones de euros), lo que supuso un crecimiento del 10%, y Under Armour, a la que se le asignó una valoración de 3.160 millones de dólares (2.710 millones de euros), con una caída del 46% respecto al informe del año anterior.

El mayor aumento del valor de las cien marcas más valiosas los impulsa el entretenimiento, especialmente gracias al ascenso de Netflix, que creció un 73% y subido 31 posiciones en la lista. Disney no se queda atrás, ya que es la primera marca de entretenimiento puro que aparece en el ránking, con un aumento del 3% y alcanzando los 53.040 millones de dólares (45.487 millones). Es un segmento donde figurarían LaLiga o los eSports, que también están ganando presencia como marcas, aunque por el momento no figuran en la lista de las más valoradas.