

EQUIPAMIENTO

Nike y Adidas, por encima de los 10.000 millones de dólares en valoración de marca

Las dos mayores compañías de artículos deportivos se mantienen como las únicas marcas de la industria del deporte que figuran entre las 50 primeras firmas del ránking elaborado por la consultora Interbrand.

G.G.Recio
4 oct 2018 - 09:17

Nike y Adidas consiguen sus mejores puestos de la historia en un ránking cada vez más

Nike y Adidas escalan posiciones entre las mejores marcas del mundo. Se trata de dos de las compañías deportivas que más recursos invierten en mejorar su imagen, y ello se demuestra estando un año más entre las mejores firmas del mundo. Y ambas empresas se encuentran por encima de los 10.000 millones de dólares en valoración de marca, según el ránking de Interbrand de 2018.

La multinacional estadounidense cuenta con un valor estimado de 30.120 millones de dólares (25.948,8 millones de euros), un 11% más que en 2017. Con esta cifra, Nike se sitúa en 2018 como la marca número 17 de la lista elaborada por consultora y escala un puesto respecto al pasado año.

La estrategia de la compañía creada por Phil Knight se basa desde hace algunos años en la venta directa al consumidor, por lo que los esfuerzos de Nike por vender su filosofía y sus valores se han incrementado para convertir a sus clientes en fans. Muestra de ello es la última campaña, una polémica acción que respalda a Colin Kaepernick, el jugador de la NFL que en 2016 inició la campaña de protesta contra el racismo hincando una rodilla en el suelo al sonar el himno de Estados Unidos.

Por su parte, Adidas tiene una valoración de marca de 10.772 millones de dólares (9.280,2 millones de euros), un 17% más. Gracias a este crecimiento, la compañía alemana sube cinco puestos y está ya en el número cincuenta, su récord histórico en este ránking.

Nike y Adidas consiguen sus mejores puestos de la historia en un ránking cada vez más dominado por las tecnológicas

Entre las principales iniciativas de la marca liderada por Kasper Roarsted destaca la colaboración con artistas y personalidades del mundo de la música y de la moda como Stella McCartney. También su alianza con el rapero Kanye West ha dado un vuelco al alcance de Adidas en el mundo de las *sneakers*, con ediciones limitadas como las Yeezy, que a los pocos días alcanzaban ya el precio de más de 1.000 dólares en reventa.

Estas dos son las únicas marcas deportivas dentro de una lista de Interbrand que cada vez cuenta con más tecnológicas. De hecho, las cuatro primeras posiciones corresponden a Apple, Google, Amazon y Microsoft, seguida de Coca-Cola, la única de estos que ha visto caer su valor en un 5%.

Entre las nuevas compañías que han accedido este año al selectivo de las cien mejores marcas del mundo se encuentran la enseña de lujo Chanel, el servicio de música en *streaming* Spotify, la nipona Nintendo, los coches de Subaru y la firma de coñac Hennessy.

“Una década después del estallido de la crisis financiera mundial, las marcas que crecen más rápido son aquellas que entienden intuitivamente a sus clientes y emprenden movimientos valientes y emblemáticos de una forma atractiva e innovadora”, ha comentado el consejero delegado de Interbrand, Charles Treveil.