

Apple vuelve a convertirse en la marca más valiosa del mundo tras superar a Amazon y Google

La política de diversificación ayudó a la compañía tecnológica a mejorar el desempeño económico y atraer a más clientes.

Apple ha vuelto a convertirse en la marca más valiosa del mundo por primera vez desde 2016, según el último informe de la consultora Brand Finance.

Gracias al éxito de su estrategia de diversificación, la empresa tecnológica aumentó el valor de su marca en un 87 % hasta alcanzar 263.400 millones de dólares, lo que la posiciona en la cima de la clasificación Brand Finance US 500 2021.



Durante los últimos cinco años, Apple comenzó a enfocarse en desarrollar sus estrategias de crecimiento más allá del iPhone, dispositivo que en 2020 representó la mitad de las ventas frente a los dos tercios en 2015. La política de diversificación hizo que la marca creciera en la prestación de servicios digitales y de suscripción, incluidos App Store, iCloud, Apple Podcasts, Apple Music, Apple TV y Apple Arcade. Por ejemplo, solo en el día de Año Nuevo, los clientes de la App Store gastaron 540 millones de dólares en bienes y servicios digitales.

“A medida que Apple recupera el título de la marca más valiosa del mundo, [...] volvemos a observar la presencia del [lema] ‘Think Different’. Desde Mac al iPod, iPhone, iPad, Apple Watch, los servicios de suscripción, hacia el infinito y más allá”, señaló David Haigh, director ejecutivo de Brand Finance, citado por el portal Marketwatch.

Al mismo tiempo, el reporte señaló que la transformación de la empresa con sede en Cupertino (California, EE.UU.) y “su capacidad para reinventarse una y otra vez” la distingue de otros fabricantes de ‘hardware’ y contribuyó a que se convirtiera en la primera empresa estadounidense en alcanzar la capitalización de mercado de 2 billones de dólares en agosto de 2020.

Fuente: rt.