

El valor de marca mundial de Hyundai Motor aumenta un 4,6% en la clasificación de las mejores marcas mundiales de Interbrand en 2019

- Hyundai Motor se situó en el puesto 36 de 100 empresas en el ranking general de marcas.
- El valor de marca de la empresa se mantuvo durante cinco años consecutivos entre las 40 primeras empresas y se mantuvo en el sexto lugar entre las marcas de automóviles.
- Interbrand evalúa positivamente las "inversiones de Hyundai Motor en movilidad futura y los esfuerzos en mejorar su imagen de marca".



Octubre de 2019. Hyundai Motor Company ha demostrado un crecimiento continuo del valor de su marca global para asegurar su lugar dentro de las 40 principales compañías globales durante cinco años consecutivos. Hyundai ha mostrado un **aumento del 4,6 % en el valor de la marca a nivel mundial**, situándose en el puesto 36 en el Ranking de Mejores Marcas Globales 2019 de Interbrand y en el sexto lugar entre los fabricantes de automóviles de la lista.

Según Interbrand, el valor de la marca de la compañía ha aumentado un 4,6% desde 2018 (13.500 millones de dólares), alcanzando los 14.100 millones de dólares.

Desde que en 2005 Hyundai Motor entró en el ranking de las 100 mejores empresas en términos de valor de marca, ha permanecido en el top 100 durante 15 años consecutivos. A partir de 2005, la compañía ha experimentado un aumento de 48 posiciones en su ranking y de 10.000 millones de dólares en el valor monetario de su marca, logrando mejoras significativas en su conjunto. (Su ranking de marcas era el 84º y su valor de marca era de 3.500 millones de dólares en 2005)

En particular, Hyundai Motor ha mantenido un crecimiento anual de más del cuatro% este año en medio de la prolongada ralentización de la economía mundial, y se ha situado entre las 40 primeras empresas en términos de clasificación general de marcas durante cinco años consecutivos desde 2015.

"El reciente avance de Hyundai en el valor de la marca se ha visto en gran medida favorecido por sus agresivas inversiones en hidrógeno y sus continuos esfuerzos por expandir su negocio en futuras tecnologías de movilidad", declaró Mike Rocha, Director Global de Valoración de Marcas de Interbrand. "Además, la clara visión que tiene Hyundai sobre una sociedad basada en el hidrógeno y su exitoso salto al negocio de la robótica ha demostrado ampliamente que la compañía está respondiendo proactivamente a los cambios que ocurren en la futura industria de la movilidad".

La **Visión 2030** de Hyundai Motor Group para **Vehículos Eléctricos con Pilas de Combustible**, una hoja de ruta para acelerar el proceso de una sociedad del hidrógeno, expande la producción de sistemas de producción de pilas de combustible para acelerar la innovación más allá del sector de transporte automotriz para encaminarnos hacia un mundo con energías limpias. Como copresidente del Hydrogen Council, una alianza mundial de 60 empresas líderes en energía, transporte e industria, unidas por su visión a largo plazo para nutrir la economía del hidrógeno a nivel mundial, el Grupo también está tomando la iniciativa en la aceleración de la transición energética basada en el hidrógeno.

Hyundai Motor también está dedicando activamente sus recursos a la **movilidad futura**. Saliendo del paradigma convencional de un fabricante de automóviles que vende principalmente vehículos, la compañía está diversificando su cartera de negocios sobre la movilidad futura, abarcando robótica, micromovilidad, viajes compartidos, conectividad y otras áreas. Todas estas innovaciones están desempeñando un papel fundamental en la elevación de la competitividad de su marca en diversos sectores.

Además de los desarrollos mencionados anteriormente, el esfuerzo propio de Hyundai Motor por renovar sus capacidades de marca es también una de las razones de su alto posicionamiento en el Ranking de las Mejores Marcas Globales 2019 de Interbrand. El año pasado, la empresa, como primer fabricante de automóviles de Corea del Sur, recibió el **"Red Dot": Marca del año 2018'**, que se otorga a una marca que ha creado soluciones de

diseño innovadoras a un nivel muy alto y que reconoce su calidad de diseño y su firmeza en la gestión de la marca. Como parte del premio, Hyundai recogió cuatro y tres Red Dots: Distinciones "Best of the Best" junto con varias agencias.

"Hyundai Motor se está esforzando por convertirse en un líder en movilidad futura transformando los cambios radicales que están ocurriendo en la industria automotriz en nuevas oportunidades", dijo Wonhong Cho, Director Global de Marketing de Hyundai Motor Company. "Hyundai Motor está haciendo todo lo posible para establecerse como una marca innovadora y creativa, haciendo inversiones audaces para las futuras empresas de la sociedad del hidrógeno y de la movilidad, al tiempo que aprovecha su competitividad tecnológica".

La **consultora de marcas Interbrand**, reconocida mundialmente por su autoridad, lleva a cabo una evaluación anual de las principales marcas mundiales para publicar el Ranking de las Mejores Marcas Globales de Interbrand. El valor actual de cada marca se obtiene tras una evaluación exhaustiva de sus operaciones fiscales y de marketing, que se utilizan para calcular sus ingresos futuros.

Acerca de Hyundai Motor

Establecida en 1967, Hyundai Motor Company está comprometida a convertirse en un socio de por vida en automóviles y llegar más allá con su gama de vehículos a nivel mundial y servicios de movilidad disponibles en más de 200 países. Con más de 110.000 empleados en todo el mundo, Hyundai ha vendido más de 4,5 millones de vehículos en todo el mundo. Hyundai Motor continúa mejorando su línea de productos con vehículos que están ayudando a construir soluciones para un futuro más sostenible, como el NEXO, el primer SUV del mundo propulsado por hidrógeno.

Puede encontrar más información sobre Hyundai Motor y sus productos en: worldwide.hyundai.com o globalpr.hyundai.com

Contacto:

Jin Cha

Global PR Team / Hyundai Motor

sjcar@hyundai.com

+82 2 3464 2128

Descargo de responsabilidad: Hyundai Motor Company considera que la información contenida en este documento es precisa en el momento de su publicación. Sin embargo, la compañía podrá cargar nueva información o actualizarla si es necesario y asume que no es responsable de la exactitud de cualquier información interpretada y utilizada por el lector.