

**CONTACTO**

Julián Rodríguez Cornejo

 Babel Group

 Tel:3166613107

Julianrodriguez@mailbabel.com

**Samsung, entre las cinco ‘Mejores Marcas Globales’ de 2022**

*Por dos años consecutivos, Samsung logró un crecimiento de dos dígitos en valor
de marca de acuerdo con el estudio de Interbrand.*

**SEÚL, Corea. Noviembre 2022**. Samsung Electronics fue reconocida por Interbrand, una consultora de marca global, como una de las cinco “Mejores Marcas Globales” 2022. Cada año, Interbrand anuncia las 100 mejores marcas del mundo y el valor de marca de Samsung se evaluó en US$87.7 mil millones, lo que representa un crecimiento de 17% en comparación con los US$74.6 mil millones en 2021, ratificándola en el quinto lugar durante tres años consecutivos.

El logro se basó en el rendimiento financiero restaurado de Samsung, que ahora está cerca de los niveles previos a la pandemia, y una mayor demanda de memoria debido a un aumento en el uso de datos. En 2021, Samsung obtuvo un crecimiento del valor de marca de 20% en comparación con 2020 y este año continúa con un crecimiento de dos dígitos.

Samsung ingresó por primera vez a la lista de los 10 principales de Interbrand en 2012, ubicándose en la novena posición, y ha logrado ascender en el ranking cada año, alcanzando el sexto lugar en 2017 y el quinto lugar en 2020.

“Samsung Electronics ha registrado dos años consecutivos de crecimiento de dos dígitos en valor de marca, todo gracias al apoyo de nuestros clientes. A cambio, toda la empresa trabajará en equipo para brindar una mejor y más satisfactoria experiencia”, dijo YH Lee, vicepresidente Ejecutivo y Chief Marketing Officer de Samsung Electronics.

**Factores que construyen el valor de marca**

A fines de 2021, Samsung Electronics fusionó su División SET y creó la División Device eXperience para aumentar la sinergia entre sus productos y brindar un próximo nivel de experiencia a los clientes. Además, lanzó Customer eXperience-Multi Device Experience Center para fortalecer su experiencia de conexión de múltiples dispositivos.

Junto con estas medidas, Samsung ha integrado SmartThings en sus categorías de productos, creando un ecosistema inclusivo y una experiencia multidispositivo. SmartThings permite a los consumidores aprovechar al máximo sus dispositivos Samsung, así como los productos de terceros.

Adicionalmente, el Future Generation Lab de Samsung se creó para fomentar conversaciones auténticas sobre las actividades de próxima generación. Las retroalimentaciones del laboratorio se han aplicado a los productos y actividades de marketing.

Además de productos innovadores basados ​​en las experiencias de los consumidores, el desarrollo de tecnologías avanzadas como inteligencia artificial (IA), 5G, automoción y robótica a través de una inversión constante también desempeñaron un papel importante en el crecimiento de Samsung.

**Esfuerzos en cada división para una mejor experiencia del cliente**

**Móvil**

* Innovación de la cámara de la serie Galaxy S22 basada en la retroalimentación de los clientes y el lanzamiento de la campaña Nightography, consolidando el liderazgo en la categoría de teléfonos móviles plegables
* Asociación con Google y Microsoft para fortalecer la experiencia conectada de usuarios
* Respetar el valor de la seguridad y privacidad del usuario a través de Samsung Knox

**Red**

* Ruta de innovación de red pionera en virtualización y apertura con experiencias comerciales a gran escala
* Impulsar la industria 5G con su portafolio en el mercado desde RAN y Core hasta herramientas de automatización
* Hacer realidad el compromiso ESG a través de soluciones de red inteligente para la eficiencia energética

**Pantalla de visualización**

* Innovación continua de TVs premium, incluyendo Micro LED y Neo QLED 8K/4K
* Fortalecimiento de su portafolio de productos en función del estilo de vida de los clientes, como The Frame y The Freestyle
* Brindar nuevas experiencias de juego a los consumidores, incluyendo Samsung Gaming Hub y Odyssey Ark

**Electrodomésticos**

* Expandir las categorías de productos Bespoke más allá de la cocina a toda la casa, incluyendo el cuidado de la ropa, el cuidado de los pisos y el cuidado del aire
* Entregar valores de sustentabilidad a través de sus productos (alto nivel de ahorro de energía para los principales productos, asegurar garantías para el compresor inversor digital, reducción de la emisión de micro plásticos de las lavadoras en colaboración con Patagonia)
* Crear entusiasmo entre los fanáticos de Bespoke a través de campañas O&O centradas en la participación

**Semiconductor**

* Invertir en tecnologías de próxima generación y capacidades de producción para garantizar suministros estables para aplicaciones de vanguardia (construcción de una nueva línea de fabricación de US$17 mil millones en Texas, complejo de I+D de KRW 20 billones en Giheung)
* Ofrecer innovaciones de semiconductores líderes en la industria que mejoran el rendimiento del producto y la eficiencia energética (la primera producción en masa de GAA de 3 nm de la industria)
* Desarrollar soluciones de memoria innovadoras para abordar el crecimiento explosivo de las tareas de uso intensivo de datos en áreas como IA y ML (memoria CXL, HBM-PIM, SmartSSD de segunda generación) y ampliar las asociaciones estratégicas para abordar los nuevos desafíos de la industria.
* Empujando los límites de las soluciones lógicas que pueden ofrecer experiencias de usuario mejoradas y nuevas oportunidades (módem 5G Exynos, Exynos 2200, 200MP ISOCELL HP3)

Las “Mejores Marcas Globales” de Interbrand se enumeran de acuerdo con la evaluación del valor de cada marca, que es el resultado de un análisis exhaustivo del desempeño financiero de la empresa, la influencia de la marca en las compras de los clientes y la competitividad de la marca.

**La tecnología sigue siendo el sector más valioso**

El sector tecnológico continúa siendo el más valioso, según la clasificación [Brand Finance Global 500](https://brandirectory.com/rankings/global/table), con un valor acumulado cercano a los 1,3 billones de dólares, una tendencia que se ha visto acrecentada por la pandemia de COVID-19.

En total, 50 marcas tecnológicas figuran en la clasificación, pero el valor de la marca se atribuye en gran medida a tres grandes empresas. Samsung, que ocupa la sexta casilla en el ranking general, tiene un valor de marca de 107.300 millones de dólares.

**Acerca de Samsung Electronics Co., Ltd.**

Samsung inspira al mundo y diseña el futuro con ideas y tecnologías transformadoras. La compañía está redefiniendo los mundos de la TV, los smartphones, los wearables, las tablets, los dispositivos digitales, los sistemas de redes y las soluciones de memoria, sistemas LSI, semiconductores y LED. Para conocer las últimas noticias, visite la Sala de Prensa de Samsung en <http://news.samsung.com/co>