

Alberto Gutiérrez Molinero/ Madrid

El liderazgo premium de **BMW** en el mundo se ha puesto en entredicho en los últimos días. **Toyota** arrebató a la compañía alemana el honor de ser la **marca de automóviles** más valiosa del mundo según el informe anual **BrandZ Top 100**, que analiza la posición global de las más grandes multinacionales en el mundo.



En conjunto, el informe otorgó el puesto vigésimo tercero a la **firma japonesa** con 24.500 millones de dólares (**19.140 millones de euros**), un 12% más que el año pasado, mientras que **BMW**

se quedó en el lugar

vigésimo cuarto

, con 24.000 millones (

18.761 millones de euros)

, un 2% menos que en 2012.

Entre las **marcas premium**, aunque **BMW** mantiene el liderazgo, el valor de **Mercedes** se ha incrementado un 11% hasta los 18.000 millones (14.000 millones €), mientras que

Audi

creció un 18% hasta los 5.500 millones \$ (4250 millones €).

Audi vrs BMW

La **marca de los cuatro aros** acaba de superar a **BMW** como marca más vendida en **India**, gracias al increíble crecimiento experimentado en el último año del 43%, mientras que su competidor sólo creció un 9,5%. La estrategia de

Audi

está centrada en los

SUV

, de los que se ofrecen ya tres modelos. El año que viene lanzarán en el país asiático nuevos modelos de este tipo de

vehículos

y también llegará en

A3

aunque en su versión

sedán

.

Los **modelos compactos** de momento no están entre las prioridades de **Audi**, justo al revés que sus **rivales**

premium

, que tratan con ellos de atraer a la cada vez mayor clase media alta india. Hasta 2020, se espera que el

mercado de coches de alta gama

se haya cuadruplicado desde las 30.000 unidades que se vendieron el año pasado.

Mercado estadounidense

En **EE.UU.**, **Mercedes** logró ser la marca **premium** más vendida en abril, aunque e **BMW** aseguran que a final de año se mantendrán como la opción preferida en este tipo de **vehículos** entre los consumidores norteamericanos.