

Globo, Net e Abril estão entre as mais valiosas

Alexandre Zaghi Lemos

Foi divulgado na semana passada o ranking com as 100 marcas mais valiosas do Brasil, elaborado pela consultoria internacional Brand Finance com base em dados de 2007. A lista não se restringe a empresas cotadas em bolsas de valores e leva em conta o critério House of Brands. Ou seja, são somados os valores das marcas de produtos ou serviços pertencentes a uma mesma companhia, além da própria marca corporativa.

A liderança geral é do Bradesco, que tomou o posto ocupado no ano anterior pela Petrobras, atual oitava colocada no estudo (ver quadro). Quatro empresas da área de mídia aparecem no ranking: Rede Globo (21^a), valorada em R\$ 3,384 bilhões; Net (49^a), em R\$ 1,403 bilhão; Editora Abril (63^a), em R\$ 980 milhões; e Terra (94^a), em R\$ 415 milhões, citada como "internet".

Em seu cálculo, a Brand Finance leva em conta, dentre outros fatores, o valor de mercado das empresas e as taxas históricas e estimadas de crescimento, descontando o que chama de "taxa de risco da marca" e adicionando o resultado de uma pesquisa de mercado que ouviu 5.122 pessoas em sete capitais. Foram avaliados aspectos como produtos/serviços, preço, marketing/ comunicação, governança corporativa, responsabilidade socioambiental, atendimento pós-venda e canais de distribuição. Tal pesquisa resulta no índice de força da marca, numa escala que vai de 0 a 100. As cinco líderes conseguiram mais de 80 pontos: Nestlé (84,2), Rede Globo (83,21), Coca-Cola (83,2), McDonald's (83,2) e Sony (81,5).

A Brand Finance fez também uma análise sobre a representatividade do peso da marca no valor total da empresa, nos casos em que tinha este segundo montante disponível. Entre as cem companhias listadas, o índice varia de menos de 5% (Petrobras, Vale, Usiminas, CSN, Weg) a mais de 50% (Pão de Açúcar, Sadia).

Durante o evento de divulgação da lista, promovido pelo jornal Gazeta Mercantil, foi realizado também o lançamento do projeto País do Futuro, idealizado pelo jornalista Thales Guaracy, que contará com campanha publicitária da Lew'Lara\TBWA. A intenção é angariar apoios no meio empresarial, a fim de que algumas marcas incorporem o conceito do projeto.

As Top 10		
Marca	Valor em 2007 (em R\$ bilhões)	Peso no valor da empresa
Bradesco	7,306	12%
Banco do Brasil	7,133	17%
Ambev*	7,090	9%
Volkswagen*	6,340	n/a
Nestlé*	6,338	n/a
Banco Itaú	6,228	10%
GM/Chevrolet*	6,213	n/a
Petrobras	6,200	2%
Vivo	5,806	27%
Oi/Telemar	5,693	23%

Fonte: Brand Finance *House of Brands

Leia mais:

ABA/Top Brands revela força das marcas

André Lucena

A Associação Brasileira de Anunciantes (ABA), em parceria com a Top Brands Consultoria e Gestão de Marcas, realizou a quinta edição da pesquisa ABA/Top Brands, que avalia a força das marcas com base na lembrança e fidelidade em 17 categorias de produtos e serviços, além de sete jornais impressos das capitais consultadas. Realizada por telefone nas cidades de São Paulo, Porto Alegre, Curitiba, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Recife e Salvador, a pesquisa entrevistou 1.707 pessoas (ver quadro).

"Além de avaliar a lembrança de marca, o estudo aborda confiança, satisfação e intenção de recompra, o que permite uma análise mais profunda da real força das marcas nessas categorias, indo além da leitura de top of mind", explica Marcos Machado, sócio-diretor da Top Brands. Entre as quatro marcas que lideram as categorias índice de Top of Mind e Marca com mais Defensores estão (87% e 81%, respectivamente), Coca-Cola (62% e 76%), a revista Veja (40% e 64%) e Embratel (42% e 55%).

No quesito jornal impresso, A Tarde lidera em Salvador, com 74% de lembrança. Já O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo empatam tecnicamente, com 33%, na capital paulista. O Diário Pernambuco alcança 45% dos votos no Recife; O Globo, 47% no Rio de Janeiro; e Zero Hora, 62% em Porto Alegre. Em Belo Horizonte o Estado de Minas aparece com 53% e, em Curitiba, a Gazeta do Povo tem 61%.

As mais votadas		
Categoria	Índice de Top of Mind	Com mais defensores
Televisor	Philips (19%)	Semp Toshiba (74%)
Refrigerante	Coca-Cola (62%)	Coca-Cola (76%)
Cartão de crédito	Visa (47%)	Mastercard (62%)
Revista	Veja (40%)	Veja (64%)
Aparelho celular	Nokia (33%)	Nokia (77%)
Telefonia fixa	Embratel (42%)	Embratel (55%)
Provedor de internet	UOL (16%)	Velox (60%)
Montadora	Volkswagen (34%)	General Motors (67%)
Sabão em pó	Omo (87%)	Omo (81%)
Telefonia móvel	Vivo (28%)	Claro (53%)
Cerveja	Skol (36%)	Antarctica (78%)
Plano de saúde	Unimed (24%)	SulAmérica (68%)
Posto de combustível	BR Petrobras (26%)	Shell (61%)
Banco	Bradesco (30%)	CEF (68%)
Supermercado	Extra (24%)	Bompreço (66%)
Automóvel	Gol (17%)	—

Fonte: Pesquisa ABA/Top Brands

Fonte: Meio & Mensagem, a. 30, n. 1324, p. 15, 1 set. 2008.