

Bancos lideram ranking das marcas mais valiosas no Brasil

Itaú está no topo da lista elaborada pela Interbrand, com valor da marca avaliado em R\$ 20,6 bilhões

Ana Paula Ribeiro

aribeiro@brasileconomico.com.br

O destaque alcançado pelos bancos brasileiros durante um ano marcado por uma crise financeira externa se refletiu mais uma vez no valor de suas marcas. As instituições financeiras ocupam as primeiras posições no levantamento desenvolvido pela consultoria Interbrand e que tem como base o desempenho das empresas durante 2009. Em primeiro lugar, ficou o Itaú, com marca avaliada em R\$ 20,651 bilhões, repetindo a colocação alcançada no ranking anterior. Em segundo, aparece o Bradesco, seguido por Petrobras, Banco do Brasil e Skol. “O peso da marca é maior nos bancos do Brasil do que no exterior. Isso ficou ainda mais forte após a crise”, afirma o diretor da consultoria no Brasil, Alejandro Pinedo.

Foram consideradas apenas marcas criadas no Brasil, de empresas que divulgam publicamente os resultados contábeis e identificam as receitas de cada marca. O ranking tem as 25 maiores. Além dos grandes bancos, o setor financeiro tem outro representante, o Banrisul na 12ª posição, com marca de R\$ 645 milhões.

Na avaliação do diretor-executivo de marketing do Itaú, Fernando Chacon, a presença do Itaú na liderança, e também a predominância de instituições financeiras nas primeiras colocações, refletem a solidez do setor no país. “É um dos pilares da sustentação da economia brasileira. Os atributos são sólidos, o que faz com que o consumidor escolha os bancos”, diz.

Para determinar o valor para o ranking, a Interbrand faz a avaliação financeira da marca com base no valor econômico agregado (EVA, na sigla em inglês), mensura a força dela no mercado e faz a projeção futura dos lucros que podem ser gerados pela marca. Esses resultados são ajustados a valores presentes. “O Brasil não tem marcas de consumo tão antigas. Por isso, as industriais e as financeiras são mais valiosas”, diz o

Brasil não tem marcas de consumo tão antigas. Por isso, o setor financeiro se destaca, explica Pinedo, diretor da Interbrand



Claudio Gatti

“
O setor financeiro é um dos pilares da economia brasileira. Os atributos são sólidos

Fernando Chacon,
diretor-executivo de marketing do Itaú

diretor da Interbrand, pertencente ao Grupo ABC, que também controla a agência de publicidade DM9DDB.

Ficaram de fora do ranking Vale, Usiminas em Gerdau. Segundo Pinedo, isso ocorreu porque essas empresas geraram um EVA negativo em 2009.

Disputa

Não é a primeira vez que os bancos dominam rankings de marcas. Em março, a Brand Finance fez a sua divulgação com base nos dados de 2009. Respectivamente, Bradesco, Itaú e BB encabeçaram a lista, seguidos por Petrobras e Vivo. A metodologia

utilizada é a abordagem pelo valor da marca, além da projeção dos lucros em um período de cinco anos e a força da marca, determinada por meio de entrevistas com consumidores. Um ajuste é feito com base no risco da marca.

Outro ranking publicado é o da BrandAnalytics, ligado ao grupo Millward Brown, e que colocou pela primeira vez uma marca não bancária no topo. Nesse levantamento, a Petrobras apareceu em primeiro, superando o Bradesco, que no ranking anterior havia ficado em primeiro lugar. Em terceiro, aparece o Itaú e em quarto o BB. ■

MARCAS BILIONÁRIAS

Estudo revela quais são as mais valiosas, em R\$ bilhões

	ITAÚ	20,7
	BRANDESCO	12,4
	PETROBRAS	10,8
	BANCO DO BRASIL	10,5
	SKOL	6,6

Fonte: Interbrand