Bancos brasileiros estão entre as marcas latinas mais valiosas

A soma do valor das 100 maiores marcas presentes no Brasil alcançou R$ 330,8 bilhões

Carolina Marcelino
cmarcelino@brasileconomico.com.br

O Bradesco é a marca mais valiosa da América Latina. De acordo com o levantamento da Brand Finance América Latina 2012, o valor da marca é de R$ 31,9 bilhões. A análise envolveu 150 empresas e o Brasil representa 84% do valor total. A soma do valor das 100 maiores marcas presentes no território brasileiro atingiu R$ 330,8 bilhões, crescimento de 7% comparado a 2011.

Outras instituições financeiras se destacaram. É delas as quatro primeiras posições dos dez primeiros colocados. "Mesmo com um crescimento menor em relação em 2011, fruto de novo cenário com quedas do PIB, do crédito e redução das taxas de juros, os bancos demonstraram solidez e melhora do desempenho perante seus públicos", disse o CEO da Brand Finance América Latina, Gilson Nunes.

Para ele, o México se destaca como o segundo país em melhor posição, com a presença de 11 marcas, como a Claro, que juntas somam R$ 39,8 bilhões. ■

VALE QUANTO PESA

Divulgação

Para o diretor executivo do Bradesco, Candido Leonelli, a inovação e o envolvimento com causas sociais são os motivos que levam a empresa a liderar a lista.

Vanderlei almeida/AFP

O ranking aponta o Itaú como a segunda marca mais valiosa da América Latina, valendo R$ 26,8 bilhões. A instituição manteve a mesma posição de 2011.

Adriano Machado/Bloomberg

O Banco do Brasil ocupa a terceira posição. A marca vale R$ 14,8 bi. Já o valor do banco como empresa é de R$ 69 bilhões, de acordo com a Brand Finance.

Fonte: Brasil Econômico, São Paulo, 19 set. 2012, Primeiro Caderno, p. 25.