

Ecopetrol está entre las cinco firmas más valiosas de Latinoamérica

Un nuevo informe de Brand Finance sacó el listado de las empresas con mayor valor de marca. Corona, Itaú y Claro, están entre las primeras.



En la casilla número cinco se ubicó **Ecopetrol** como la compañía más valiosa en Latinoamérica. La petrolera estatal colombiana registró un crecimiento significativo de 49%, con US\$4.100 millones de valor. FOTO Colprensa

hace 3 horas

Como es costumbre, cada año la **firma global en valoración de marcas, Brand Finance, se da a la tarea de seleccionar las 100 marcas más valiosas de América Latina**. En el listado, figuró una colombiana, **Ecopetrol**, que está entre los primeros cinco lugares.

En el informe se lee que **el valor de las principales marcas latinoamericanas aumentó significativamente 21%**. La cerveza Corona repite como la marca más valiosa de la región con un valor de marca de US\$7.027 millones. “La economía latinoamericana ha crecido más de lo previsto en 2022 coincidiendo con el aumento del valor de sus principales marcas, cuyo valor conjunto ha propuesto 21%. Sin embargo, sus gestores no se relajarán demasiado porque las previsiones económicas para 2023 reforzarán las acciones para mantener y aumentar su competitividad”, dice el informe de Brand Finance.



Economía

Ecopetrol, con las reservas probadas más altas en ocho años

El ranking de las empresas latinas más valiosas quedó de la siguiente forma. Corona, como se mencionó, es la líder. **La compañía mexicana encabezó el ranking con un aumento en su valor de marca de 20,7%**, que ya alcanza los US\$7.027 millones, ubicándose como la empresa mexicana más valiosa por tercer año consecutivo. “Como ya vimos en el informe Brand Finance Global 500 2022, Corona se ha enfrentado al impacto de la pandemia apostando con éxito por la

Te puede interesar



En medio de la crisis aérea, Avianca aumentó sus ingresos en 34%



Sigue enredado el desarrollo del parque eólico de Enel en La Guajira



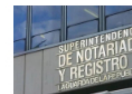
Bancolombia aumentó 20% su que no se firmarán nuevos contratos, ojalá haya más”, presidente de **Ecopetrol**

Siga las noticias de EL COLOMBIANO desde Google News

Las más leídas



Tercera entrega de SuperVivientes o cómo la innovación gesta importantes revoluciones



Múltiples críticas a resolución de la Superintendencia de Notariado y Registro que restringiría el acceso a la información

hace 2 horas



Se cumplen 10 años del último triunfo de Alonso, el piloto que vive las carreras como si las viera por TV en la Fórmula 1

hace 3 horas



Video: cuando Karol G cantaba los covers de Alicia Keys hace 13 años

hace 1 hora



Elon Musk nombró a Linda Yaccarino como la nueva CEO de Twitter, ¿cuál es su perfil?

hace 1 hora

diversificación y la inversión en nuevos productos”, dice Brand Finance.

En el ranking, después de Corona, se ubica Itáu, de Brasil, con un valor de marca de US\$6.600 millones, que es 30% más al que tenía en 2021. De tercera figuró otra compañía mexicana, que es Claro; lo hizo con un aumento en su valor de 30%, que es de US\$5.500 millones.

En esta nueva versión del ranking, las 100 marcas más valiosas y fuertes de América Latina sumaron un valor conjunto de US\$139.548 millones. **La firma global incluyó 20 nuevas entradas originarias de Bermudas y Brasil.** La cuarta marca más valiosa es Pemex, también mexicana, con US\$5.200 millones de valor de marca, sin embargo, se ubicó en ese lugar con números rojos, pues decreció 6%.



Empresas

Aunque **Ecopetrol** vendió más, ganó 13% menos

En la casilla número cinco se ubicó **Ecopetrol** como la compañía más valiosa en Latinoamérica. **La petrolera estatal colombiana registró un crecimiento significativo de 49%, con US\$4.100 millones de valor.** La compañía **Ecopetrol**, que escaló ocho puestos en esta versión, más la argentina Mercado Libre, que subió cuatro casillas, son de las marcas que más escalaron puestos en la clasificación y entraron en el top 10 en los puestos cinco y ocho respectivamente.

“Ecopetrol de lejos es el principal activo industrial del país. **Sus aportes a la macroeconomía son estratégicos, la productividad laboral y la del capital son con creces las más altas del país, y es fundamental para la autosuficiencia energética de la nación en el sector que es pilar principal de la oferta de energía: aporta aproximadamente 40-50% de toda la energía -carbón, electricidad, hidrocarburos, biocombustibles, leña- que se produce en el territorio nacional”**, dijo Juan Pablo Fernández, analista del sector energético.

Luego de **Ecopetrol** se ubicó **Modelo Especial, de México, con US\$3.900 millones (16%); la ya mencionada Mercado Libre, de Argentina, con US\$3.800 millones (36%); sigue el Banco de Brasil** que tuvo un decrecimiento de valor de 9%, con US\$3.700 millones; y termina el top 10 la brasileña Petrobras, con US\$3.600 millones de valor de marca, que es 20% más.



Empresas

Acción de **Ecopetrol** vale menos de medio dólar

En ese sentido, son **Brasil y México los países que más lideran en el ranking por número de compañías, cada una con cuatro dentro del top 10.** En cuanto a los sectores, tres industrias concentran 46% de las marcas: banca, cervezas y retail.

Pero, como se mostró, además de los sectores cervecero y bancario, **las empresas petroleras también destacan en la clasificación de las marcas más valiosas del año.** Según Sergio Cabrales, experto en el sector minero energético, el buen comportamiento del sector petrolero “se debe al aumento de los precios internacionales del crudo producto de la guerra entre Rusia y Ucrania, que causó un incremento de más de 40%”.



Siga las noticias de EL COLOMBIANO desde Google News

< Anterior



Múltiples críticas a resolución de la Superintendencia de Notariado y Registro que restringiría el acceso a la información

Siguiente >

Desde el jueves la plataforma acceso a la información de la Superintendencia de Notariado se encuentra deshabilitada para todos los usuarios para consultas.

hace 2 horas  



En medio de la crisis aérea, Avianca aumentó sus ingresos en 34%

En los resultados del primer trimestre, la aerolínea reportó que sus pérdidas netas bajaron desde US\$76,1 millones hasta los US\$11,7 millones.

