

Economía.- Itaú, Corona, Claro y Bradesco, las empresas más valiosas de Latinoamérica, según Brand Finance

MADRID, 4 Oct. (EUROPA PRESS) - Las marcas bancarias, de retail, cervezas y energía (en concreto de petróleo y gas) dominan el 50% de del ranking de las más valiosas en Latinoamérica, según el último informe de Brand Finance, en el que el banco brasileño Itaú figura en primer lugar, con un valor de 8.700 millones de dólares (7.995 millones de euros).

El valor de marca de Itaú ha aumentado en un 32%. Su éxito se debe a factores como un mayor margen financiero con los clientes, mayores comisiones y tarifas, y ganancias en seguros, especialmente en el negocio de tarjetas. Además, el banco está viendo ya los resultados de su estrategia digital, donde ya poseen el 50% de la plataforma modernizada y funcionando en la nube pública.

Según el estudio de mercado anual de Brand Finance, la notoriedad, familiaridad y consideración de la marca en Brasil duplica la media sectorial. De ahí la fortaleza de la marca, que este año obtiene una puntuación de 84,4 sobre 100 y una calificación de 'AAA'.

En segundo lugar en el ránking se encuentra la cervecera mexicana Corona Extra, con un valor de marca estimado en 7.400 millones de dólares (7.043 millones de euros). Completan el 'top 5' el conglomerado Claro y otros dos bancos brasileños, Bradesco y Banco do Brasil.

Entre los diez primeros puestos cabe destacar la presencia de otra cervecera, Modelo, y de las petroleras [Ecopetrol](#) y Petrobras, procedentes de Colombia y Brasil, respectivamente.

Según la directora general para España, Portugal y Sudamérica de Brand Finance, Pilar Alonso Ulloa, las 100 marcas latinoamericanas más importantes valen hoy un 10% más que en 2022.

LAS MARCAS MÁS FUERTES

Además de calcular el valor de marca, Brand Finance también determina la fuerza relativa de las marcas a través de un cuadro de mando integral de métricas que evalúan la inversión en marketing, el valor de las partes interesadas y el rendimiento empresarial.

Así, la compañía mexicana Lala ha logrado desbancar a la argentina Mercado Libre como la marca más fuerte en Latinoamérica, con una puntuación de 90 sobre 100 en el Índice de Fortaleza de Marca (BSI en sus siglas en inglés) y alcanzando la calificación de marca de élite 'AAA+', la más alta.

Según los estudios de mercado de Brand Finance, Lala ha obtenido las mejores puntuaciones en familiaridad y consideración de su clase en México, así como la mejor calificación en fidelidad de su clase entre los consumidores de México.

Actualmente opera 29 plantas de producción y 172 centros de distribución en México, Brasil, Estados Unidos y Centroamérica; y su plantilla laboral está integrada por 40.000 colaboradores.



Configuración

Configuración

Configuración

Configuración

Configuración

Configuración

notimérica

[noticiargentina](#) | [notibolivia](#) | [notichile](#) | [colombiapress](#)
[notiecuador](#) | [notiméxico](#) | [notipanamá](#) | [notiparaguay](#)
[notiperú](#) | [notiuruguay](#)

[Acerca de notimerica.com](#) | [Aviso legal](#) | [Política de cookies](#) | [Política de privacidad](#) | [Kiosko Google Play](#)

© 2023 Notimérica. Está expresamente prohibida la redistribución y la redifusión de todo o parte de los contenidos de esta web sin su previo y expreso consentimiento.

Configuración