



11 marcas brasileiras mais valiosas

Ranking de marcas mais valiosas - Brasil

01 R\$ 44.385 +9%	02 R\$ 28.620 +4%	03 R\$ 18.865 0%	04 R\$ 13.325 +4%	05 R\$ 10.336 +4%	06 R\$ 9.730 -5%	07 R\$ 3.837 <small>NOMA</small>
08 R\$ 3.509 +7%	09 R\$ 3.003 +3%	10 R\$ 3.000 +6%	11 <small>maior crescimento</small> R\$ 1.987 +14%	12 R\$ 1.828 +3%	13 R\$ 1.218 +5%	14 R\$ 1.163 +10%
15 R\$ 1.111 +3%	16 R\$ 980 +11%	17 R\$ 942 +9%	18 R\$ 941 -12%	19 R\$ 844 -53%	20 R\$ 724 +11%	21 R\$ 684 +13%
22 R\$ 645 +13%	23 R\$ 625 +13%	24 R\$ 610 +8%	25 R\$ 583 +12%	Interbrand Marcas Brasileiras Mais Valiosas 22/23		

É a indústria financeira mostrando a sua força aqui no mercado brasileiro!

Defendo já há algum tempo que os bancos, e a indústria financeira de uma forma mais ampla, se destacam MUITO no aspecto de tecnologia dentro do nosso país.

É, muito provavelmente, o setor que mais investe por aqui, e os resultados podem ser vistos e percebidos por qualquer um que consome seus serviços via canais digitais ou físicos, ou mesmo quem costuma assistir aos eventos da área.

E parece que esse investimento todo tem o seu retorno, seja nos resultados financeiros (que mesmo quando são “ruins” ainda assim causam inveja), seja no próprio reconhecimento por parte do público consumidor!

Achei bem interessante ver esse ranking atualizado aqui para o Brasil nessa matéria da StartSe:

<https://www.startse.com/artigos/marcas-brasileiras-mais-valiosas-2023/>

Segundo ela, 60% das marcas do ranking são de serviços financeiros (embora pela tabela não fique claro como chegar nesse percentual), o que me parece ser uma representatividade bem expressiva.

É legal ver marcas mais “recentes” como NuBank, XP e PagSeguro já se posicionando tão bem no ranking.

Também não entendi a razão da Claro ser considerada na lista como “marca nacional” dado que ela pertence a um grupo mexicano e creio que ela é utilizada em diversos outros países além daqui (só se for por ela eventualmente ter sido criada aqui e esse for o critério).

Mas olhando a lista como um todo, não me surpreende os integrantes do ranking quando vejo o volume de propaganda dos líderes na mídia.

Fica bem claro que não é nada barato criar uma marca valiosa no Brasil, ainda mais no mundo como um todo.

E falando em mundo, outro aspecto que me chama a atenção é a diferença de perfil das marcas mais valiosas daqui versus os rankings globais ou americano.

Por lá as big techs, montadoras de automóveis e gigantes dos eletrônicos são em média mais bem posicionadas do que a indústria financeira.

Aqui o Top 25 da própria Interbrand no âmbito global (o único banco está apenas lá na posição 24):

- 1 - Apple: \$482 billion
- 2 - Microsoft: \$278 billion
- 3 - Amazon: \$274 billion
- 4 - Google: \$251 billion
- 5 - Samsung: \$87 billion
- 6 - Toyota: \$59 billion
- 7 - Coca-Cola: \$57 billion
- 8 - Mercedes-Benz: \$56 billion
- 9 - Disney: \$50 billion
- 10 - Nike: \$50 billion
- 11 - McDonald's: \$49 billion
- 12 - Tesla: \$48 billion
- 13 - BMW: \$46 billion
- 14 - Louis Vuitton: \$45 billion
- 15 - Cisco: \$41 billion
- 16 - Instagram: \$37 billion
- 17 - Facebook: \$35 billion

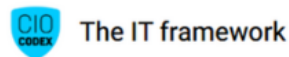
- 18 - IBM: \$34 billion
- 19 - Intel: \$33 billion
- 20 - SAP: \$31 billion
- 21 - Adobe: \$31 billion
- 22 - Chanel: \$29 billion
- 23 - Hermès: \$27 billion
- 24 - J.P. Morgan: \$24 billion
- 25 - YouTube: \$24 billion

Quais outros países será que possuem o mesmo perfil que o Brasil, com empresas de financial services tão bem-posicionadas no ranking?



Arthur De Santis

Arthur De Santis é um executivo com mais de 20 anos de atuação na indústria de serviços financeiros, com destaque para bancos, processadoras de cartões, adquirentes e seguradoras, formando e liderando equipes e iniciativas ao longo de toda a cadeia de valor de Tecnologia da Informação.



O conteúdo apresentado neste website, incluindo o framework, é protegido por direitos autorais e é de propriedade exclusiva do CIO Codex. Isso inclui, mas não se limita a, textos, gráficos, marcas, logotipos, imagens, vídeos e demais materiais disponíveis no site. Qualquer reprodução, distribuição, ou utilização não autorizada desse conteúdo é estritamente proibida e sujeita às penalidades previstas na legislação aplicável