ESTUDIO DE INTERBRAND Y "AMÉRICA ECONOMÍA"

Hay tres marcas peruanas entre las 50 más valiosas de la región

El BCP, Interbank y Tottus figuran en un ránking dominado por Brasil, México y Chile

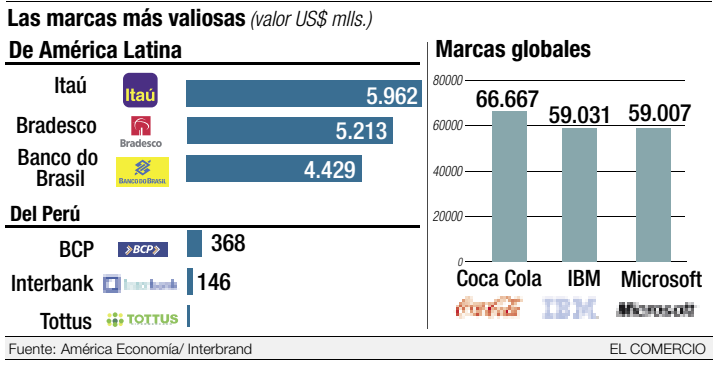
La revista "América Economía" difundió los resultados de su primer ránking anual de las 50 marcas más valiosas de América Latina, elaborado por la consultora global Interbrand.

Según el estudio, la hegemonía de las economías más importantes de la región se mantiene a nivel de marcas, pues el ránking es liderado por empresas de Brasil (15 marcas), México (14) y Chile (12), seguidas de Colombia (4) y Perú (3). Los tres primeros lugares del ránking lo ocupan tres bancos brasileños: Itaú, Bradesco y Banco do Brasil. Le siguen las mexicanas Cemex (cemento), Claro y Telmex (ambas del magnate Carlos Slim); y la estatal brasileña Petrobras.

Por sectores, destacan las marcas del rubro comercio (con 17), servicios financieros (14) y telecomunicaciones (7).

Una región de marcas

Las 50 marcas más valiosas de la región suman US$52.000 millones. En el ránking de las 100 más valiosas del globo aún no hay ninguna latina.



Fuente: América Economía/ Interbrand — EL COMERCIO

LAS NACIONALES

Tres marcas peruanas están incluidas en este primer ránking regional. La primera de ellas, el Banco de Crédito del Perú (BCP), figura en el puesto 24. Interbank y Tottus ocupan las posiciones 34 y 47, respectivamente. En el caso de Tottus, si bien el capital es de origen chileno, su marca se genera en el Perú y desde aquí se expande a otros países.

Las tres marcas suman un valor de US$576,3 millones, muy por debajo del valor de las marcas brasileñas (que suman US$26.154 millones), mexicanas, chilenas y colombianas.

Las marcas regionales agrupadas en el estudio totalizan un valor de US$52.000 millones. ■

DEL CONSULTOR

JULIO LUQUE, especialista en márketing y turismo

Llamativa presencia del comercio

Lo primero que llama la atención de este ránking es que el sector comercio (cadenas de supermercados y tiendas por departamento) aporta más marcas: 17 de 50.

Si se analiza el ránking de las 100 marcas más valiosas del mundo, se verá que este sector casi no está presente, salvo los casos de la sueca Ikea (35), de la española Zara (62) y de Gap (77). Wal-Mart, la marca de la mayor cadena de tiendas del mundo, ni siquiera figura en el ránking global.

Si bien a todos nos hubiese gustado una mayor presencia de marcas peruanas, hay que destacar el trabajo de las tres que han logrado ingresar al ránking latinoamericano.

BCP, más allá de su tradicional liderazgo, ha realizado un notable trabajo en los últimos años por acercar la marca a sus clientes. Interbank se ha logrado posicionar como una marca innovadora, fresca, joven, siempre dispuesta a retar a competidores más tradicionales. Y en el caso de Tottus es que a tan solo cinco años de su lanzamiento ocupa interesantes posiciones de mercado tanto en el Perú como en Chile. Ojalá que el despegue y la buena marcha de nuestra economía nos permita ver cada vez más marcas peruanas en este ránking.

notas breves

MÁS INFRAESTRUCTURA

Cofide financiará US$500 millones

La Corporación Financiera de Desarrollo (Cofide) cerraría el año con US$500 millones en colocaciones para proyectos de infraestructura. Así lo señaló su presidente ejecutivo, Luis Rebolledo, quien agregó que ya tienen colocados US$400 millones, básicamente en carreteras y proyectos viales en Lima Metropolitana. El objetivo es mejorar el sistema de transporte de la capital. Señaló que en los últimos 15 meses han financiado a más de 80 cadenas productivas, especialmente en el agro.

PARA ZONAS URBANAS

Más telefonía móvil en provincias

Al segundo trimestre de este año, el 67,8% de los hogares de las zonas urbanas del interior del Perú cuenta con un teléfono móvil o celular, según el documento "Las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares", informó el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Esto representa un aumento de 18,6%, respecto del mismo trimestre del 2007, en el que el porcentaje de hogares que contaba con telefonía móvil era de 49,2%.

PROYECCIÓN PARA EL 2008

Turismo extranjero dejará US$2.200 mlls.

La ministra de Comercio Exterior y Turismo, Mercedes Aráoz, estimó que el arribo de turistas extranjeros al Perú generará divisas por US$2.200 millones este año. Para el 2008 se espera que lleguen al Perú más de dos millones de turistas extranjeros, lo cual supera los más de 1,8 millones de visitantes que se registraron el año anterior. Entre enero y junio habían arribado al país 971.000 extranjeros, 13% más que en el mismo período del 2007. Aráoz también mencionó que más de un millón de peruanos se han movilizado por vías terrestres durante los feriados largos programados en el año, con un movimiento en las aerolíneas de más de 140.000 personas.

CRECERÍAN 10% ESTE AÑO

Exportaciones pesqueras al alza

Las exportaciones pesqueras ascenderán a más de US$2.200 millones este año, 10% más que en el 2007, afirmó el viceministro de Pesquería, Alfonso Miranda. "Este aumento se debería a la consolidación de nuestros mercados de exportación, fundamentalmente para el consumo humano directo", señaló. Asimismo, indicó que el consumo per cápita de pescado en el Perú asciende a 21 kilos y que el gobierno quiere llegar al 2011 con 25 kilos por habitante.