25/06/2012 - Petrobras é a marca mais valiosa da América Latina



A Petrobras conquistou a primeira posição no Ranking BrandZ das "50 Marcas Mais Valiosas da América Latina", estudo inédito promovido pela WPP e a Millward Brown. A Companhia brasileira foi a mais bem posicionada, com valor de marca de US$ 10,5 bilhões, seguida pela mexicana Telcel, e pelas marcas nacionais Bradesco e Itaú. Entre as 10 primeiras empresas do levantamento, cinco são brasileiras.

O gerente regional da Comunicação Institucional da Petrobras em São Paulo, Diego Pila, recebeu a premiação nesta quinta-feira (21/6), na capital paulista. O executivo apresentou o posicionamento da marca, que inclui atributos como competência, ética, cordialidade e respeito à diversidade. Diego Pila destacou que a reputação global da marca é um dos desafios da Companhia. "Por ser uma empresa brasileira com 59 anos, a Petrobras já é uma marca bem reconhecida e estruturada nacionalmente. Agora, o nosso desafio é como estruturar a comunicação e os nossos negócios para competir com marcas globais", disse.

Segundo a diretora da Millward Brown no Brasil, Valkiria Garré, as empresas brasileiras estão cada vez mais conscientes da necessidade de investir em construção de marca. "A lealdade e conexão com os consumidores são um pilar importante de sustentabilidade de negócio. Essa visão seguramente permeia toda a América Latina", afirmou.

No dia 28 de junho, um evento divulga o resultado da pesquisa em Nova York, nos Estados Unidos.

Ranking

O ranking BrandZ das "50 Marcas Mais Valiosas da América Latina" avaliou as empresas com comando em um dos países da América Latina, operação predominantemente em um destes países e capital aberto. O estudo foi feito com base em entrevistas com mais de 2 milhões de consumidores, em mais de 30 países, e mais de 50 mil marcas que se relacionam diretamente com o consumidor.

Foto: Agência Petrobras
Gerência de Imprensa/Comunicação Institucional da Petrobras