

## Reconocen a Sony como la marca más amada en México

*HSM y Millward Brown otorgan el distintivo a la japonesa como la marca más admirada en nuestro país por su calidad, de acuerdo con un estudio realizado a 10 mil ejecutivos y consumidores mexicanos*

**MÉXICO, MÉXICO.-** Sony recibió el premio a la empresa Más Amada en México, de acuerdo con el estudio "Las Mejores Marcas en México", elaborado por los especialistas de HSM y Millward Brown.

El reconocimiento fue entregado a Marcelo Rivero, director de mercadotecnia de Sony de México en el marco del Foro Mundial de Marketing e Innovación, distinción que coloca a Sony como la marca más adorada en nuestro país por su calidad, innovación tecnológica, seguridad, desempeño en productos electrónicos y de entretenimiento. Marcelo Rivero dijo que "este importante logro es el resultado directo del trabajo de todo el personal de Sony México y a la confianza de nuestros clientes y proveedores", y agregó que "este reconocimiento es un motivador importante para seguir trabajando y continuar dentro la preferencia de los mexicanos como la marca líder en electrónicos y en productos de entretenimiento".

Sony recibió también un reconocimiento por estar entre las primeras tres marcas con la mejor publicidad en el 2008, entre más de 300 evaluadas, además de estar posicionada dentro de las siete empresas con mayor responsabilidad social corporativa.

El estudio elaborado por Millward Brown y HSM con base en la metodología más utilizada en el mundo para medir equity de marca, fue realizado entre junio y agosto de 2008 a casi 10 mil ejecutivos y consumidores mexicanos quienes expresaron su opinión sobre 310 marcas en 21 categorías de productos, bienes durables y servicios.

Jorge Alagón, de Millward Brown, y uno de los responsables del estudio, señaló que la investigación estuvo orientada a identificar a las mejores marcas en México en 2008, aquellas con las cuales el consumidor tiene la relación más profunda, la cual arrojó que tres de cada cuatro ejecutivos entrevistados, que representa el 72%, respondiera que Sony es la marca que más ama.

Agregó que Millward Brown lleva 10 años monitoreando el posicionamiento y valor de miles de marcas en todo el mundo, "así que sabemos lo duro que es el trabajo de branding y el logro fantástico que representa para cualquier marca alcanzar el estatus de mayor vínculo".