



## Eduardo Tomiya

### Diretor Geral da BrandAnalytics

Eduardo é Mestre em Engenharia de Produção e Phd (ABD da Escola Politécnica da USP)

Desde 2006 integra os quadros da BrandAnalytics, onde hoje é Director Geral, e é responsável pelo ranking das marcas brasileiras mais valiosas. Entre os seus mais importantes clientes encontram-se a Petrobras, Banco Real, grupo Santander Brasil, Nextel, Serasa, Sebrae, Bradesco, Leite de Rosas, Gradiente, Abril, Visa Vale, American Express, Páginas Amarelas, Supergasbras e Minasgas entre outros.

Entre 2000 e 2006, exerceu na Interbrand Brasil as funções de Director de Avaliação de Marcas da América Latina, Portugal e Espanha e posteriormente Director Geral. Em 2000 Introduziu a disciplina de Brand Valuation da Interbrand nas regiões mencionadas.

Foi ainda responsável pelo ranking das marcas mais valiosas do Brasil, Chile, Argentina, México, Espanha e Portugal.

Anteriormente esteve na Trevisan Grant Thorton onde exerceu as funções de Sócio Director e assumiu a responsabilidade da área de Coporate Finance.

Eduardo é Autor do Livro: Brand Value Management - Da estratégia de marca ao valor do acionista.

Mantem uma forte ligação ao mundo académico leccionando *Branding* no SENAC, FAAP (MBA Luxo e MBA Moda), FGV, USP, INPI, Rio Branco, Fundace Ribeirão Preto, Universidade Positivo entre outros e é frequentemente convidado como palestrante sobre o tema Valor de Marca.