Y&R PRESENTA   
**BAV WAVE 2015**   
(BRAND ASSET VALUATOR)

EL MODELO QUE MIDE:  
EL POSICIONAMIENTO DE LAS MARCAS

* **Y&R México da a conocer los resultados 2015 del Brand Asset Valuator (BAV): La exclusiva herramienta que mide el Posicionamiento de las Marcas   
  en México y el Mundo.**
* **Y&R, liderada por Juan Bonilla, junto con Aníbal Cortés, Vicepresidente de planeación estratégica en Y&R México y Juan Pablo Carrero, Director Regional BAV Consulting, exponen sobre todo lo que esta poderosa herramienta   
  puede hacer por el Valor de las Marcas.**

México, D.F. 27 de agosto 2015 - **Young & Rubicam**, desarrolla en México su medición Nº 9 del exclusivo modelo **BAV (**Brand Asset Valuator).  
Una herramienta de gran valor para todos los que trabajan en las áreas de mercadotecnia, comunicación e investigación. Un modelo estratégico de análisis del valor de marca que facilita los procesos de toma de decisiones para desarrollar estrategias efectivas y rentables.

Este año el BAV se presenta con un tamaño aún más grande que la ola anterior: 1,500 marcas medidas, 126 categorías y 2,800 encuestados con edades entre los 18 y 65 años en 6 plazas de la República Mexicana, lo convierten en una información contundente, capaz de demostrar qué marcas según los consumidores son **Marcas Grandes, Marcas Emergentes, Marcas Clonadas o Marcas Debilitadas.**

El BAV nos permite obtener diagnósticos precisos sobre la situación de las marcas, base indispensable para cualquier desarrollo/planteamiento estratégico.

El modelo plantea 4 Pilares básicos de medición: **Diferenciación, Relevancia**, **Estima** y **Familiaridad**, los cuales nos indican el grado de salud de una marca, así como su potencial futuro y nivel de desarrollo. Con los cuatro pilares se construye el *Power Grid*, una herramienta con la que podemos analizar el ciclo de vida de las marcas.

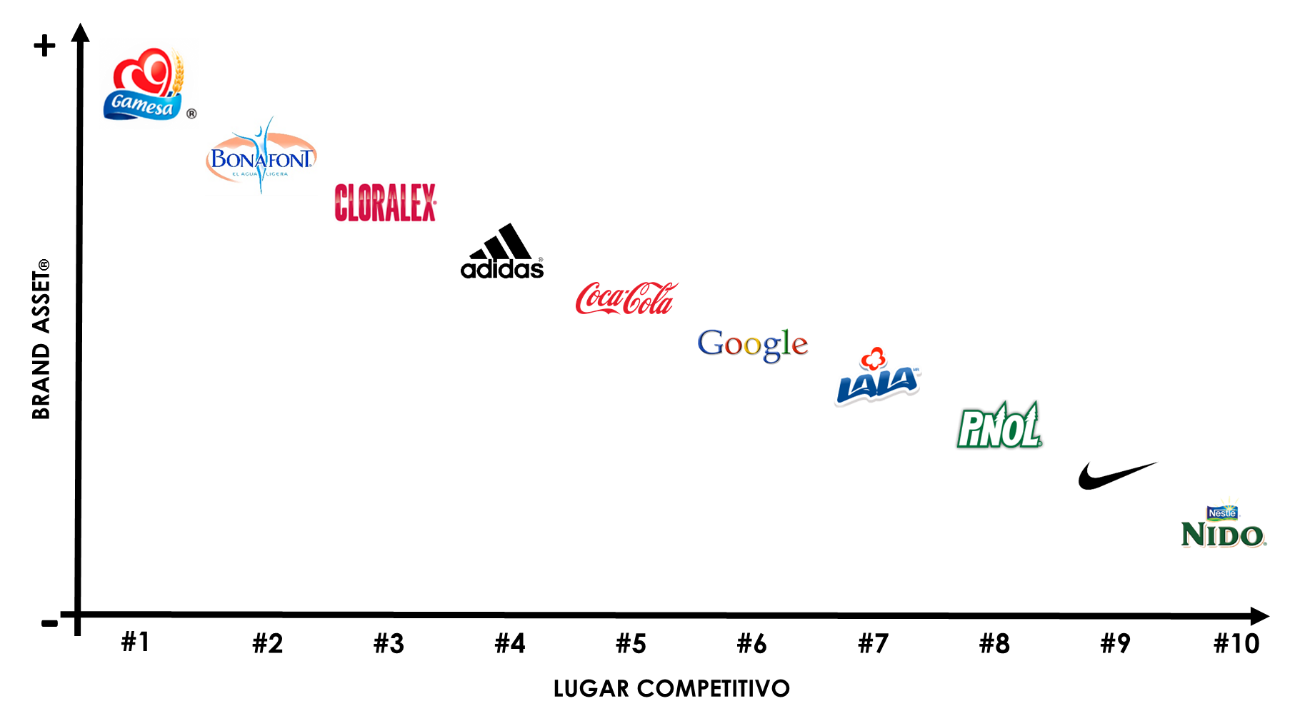
A nivel mundial la red de Y&R ha monitoreado el valor y la imagen de las marcas entrevistando a más de 750,000 consumidores. Es por eso que mercadólogos de la talla de Phillip Kotler o David Aaker han declarado al BAV como *“un ambicioso esfuerzo por medir el valor de las marcas”*

**El BAV no tiene límites.**

Sus 22 Apps BAV, 72 métricas y 144 indicadores sobre consumidores, marcas y categorías, lo convierten en el especialista capaz de medir el atributo más importante de la mercadotecnia: **La Diferenciación**.

Sin **Diferenciación**, en un ecosistema saturado de marcas, abrirse espacio y generar un lugar en la mente o el corazón de las personas se volverá cada vez más complejo. Con el BAV, las dudas se despejan, la claridad aparece y sus mediciones permiten a quienes toman decisiones de marcas, tener éxito con los cada día más ambiciosos planes de marketing.

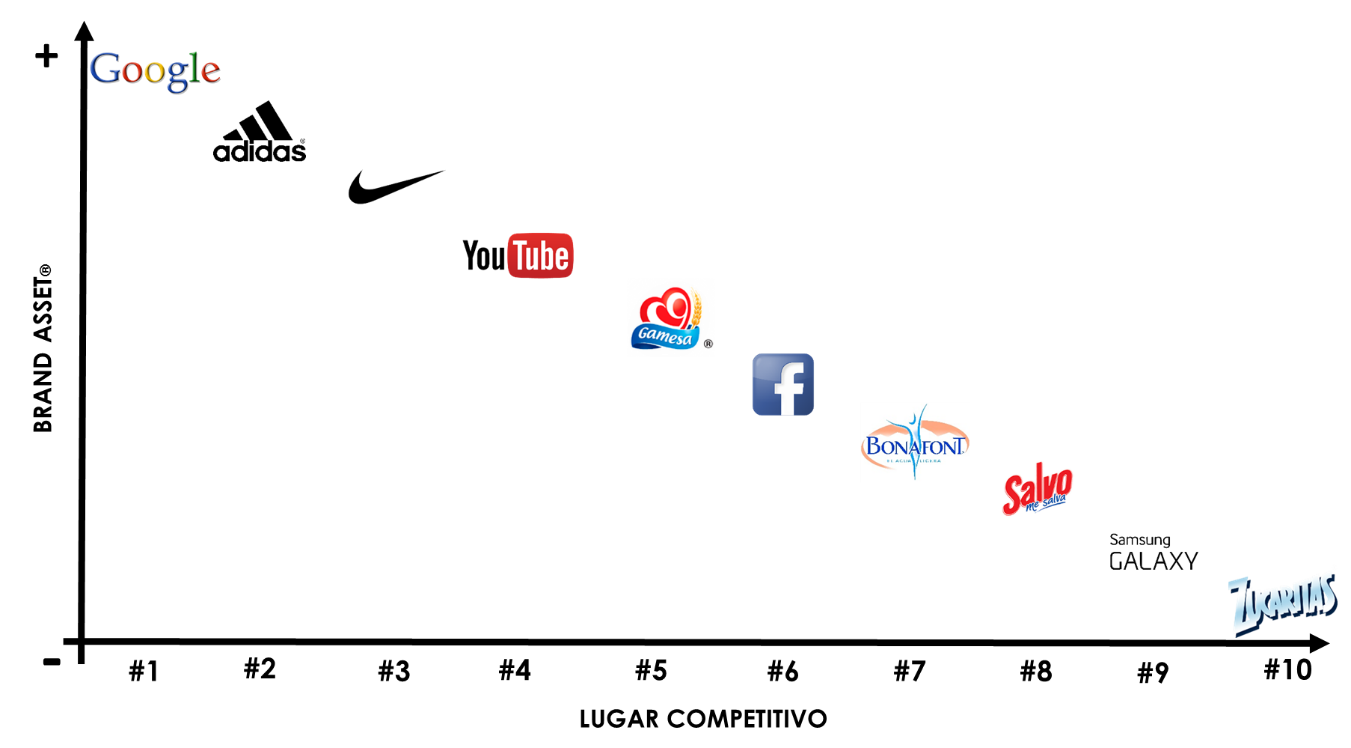
**Para esta presentación BAV 2015, Y&R hace una muestra del potencial de la herramienta presentando 2 rankings en un Top 10 y la Fuerte Caída de una Categoría que con los años sigue perdiendo valor:**

**1. Ranking: Las 10 Marcas En México Más Valiosas para los Mexicanos.**

(TOTAL POBLACION WAVE BAV 2015)

1. GAMESA
2. BONAFONT
3. CLORALEX
4. ADIDAS
5. COCA-COLA
6. GOOGLE
7. LALA
8. PINOL
9. NIKE
10. NIDO

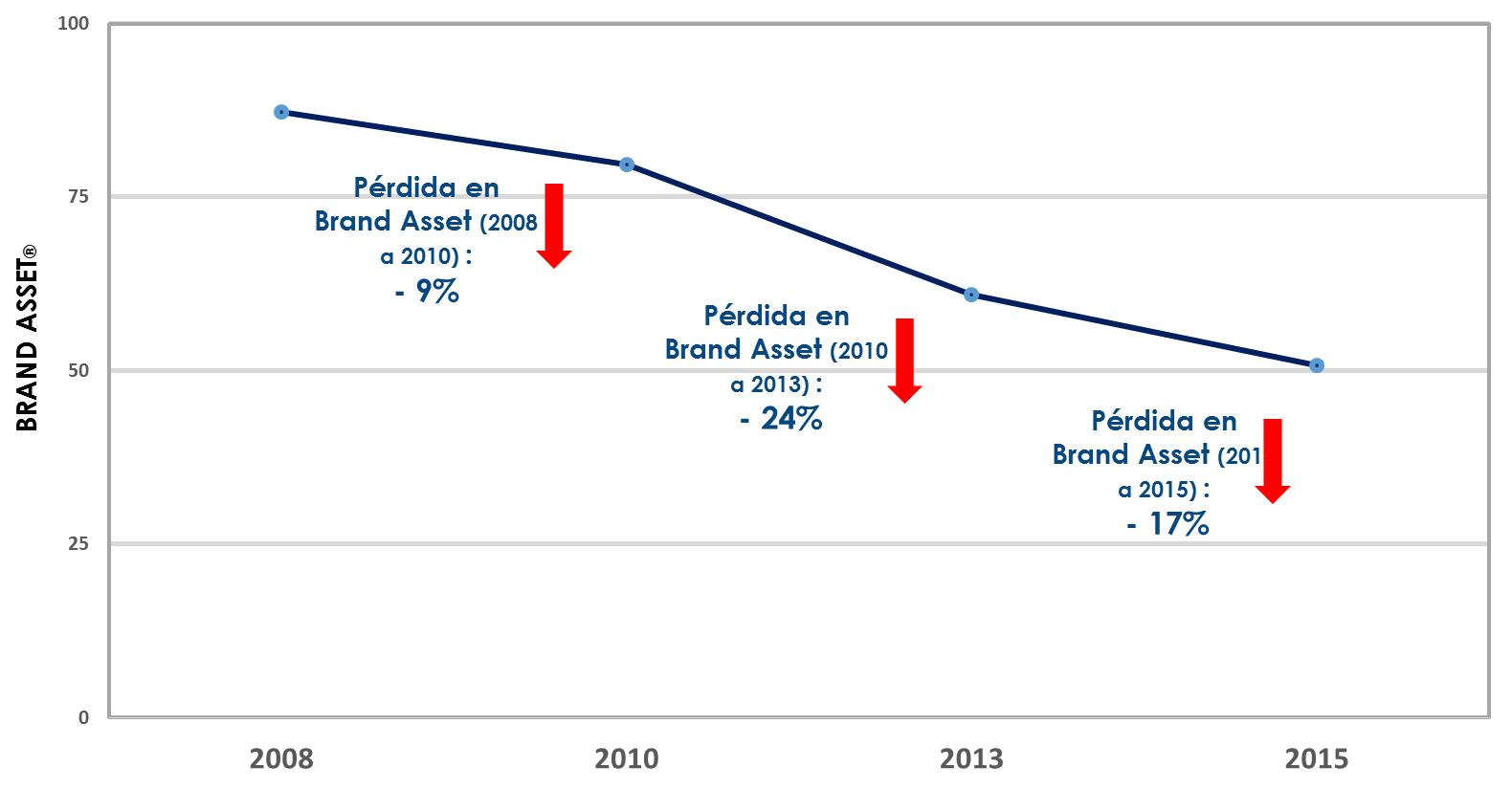
**2. Ranking 2: Las 10 Marcas con Más “SWAG” para los Millennials Mexicanos**



**(HOMBRES Y MUJERES 18 - 34 AÑOS WAVE BAV® 2015)**

1. GOOGLE
2. ADIDAS
3. NIKE
4. YOU TUBE
5. GAMESA
6. FACEBOOK
7. BONAFONT
8. SALVO
9. SAMSUNG GALAXY
10. ZUCARITAS

**La fuerte caída del Brand Asset en la categoría de Tarjetas de Crédito   
en México**



(TOTAL POBLACIÓN WAVE BAV® 2015)

**Acerca de Young and Rubicam**

Es una Boutique Global de Publicidad con presencia en más de 90 países y una fuerte inclinación hacia la estrategia y la construcción de marcas.

Su misión es “Resistirse a lo Usual” en todo lo que se propone.

Es Líder en investigación de mercados con su Modelo Científico exclusivo  
BAV (Brand Asset Valuator) que mide el Posicionamiento de las Marcas

Y&R pertenece a WPP, la red más grande y exitosa en servicios de comunicación alrededor del mundo.