

EL ASPECTO QUE EXPLICA MEJOR EL CRECIMIENTO DE LAS MARCAS ES SU **CAPACIDAD PARA ATRAER NUEVOS COMPRADORES SIENDO LA PENETRACIÓN EL PRINCIPAL DRIVER**



KANTAR, EN SU INFORME BRAND FOOTPRINT, DETERMINA EL RANKING DE LAS MARCAS DE GRAN CONSUMO QUE MÁS VECES SE COMPRAN EN ESPAÑA Y EN EL MUNDO

PALANCAS QUE DETERMINAN EL CRECIMIENTO

1. **INNOVACIÓN**

LAS CATEGORÍAS QUE MÁS INNOVAN CRECEN CASI AL DOBLE DE LAS QUE NO

2. **TELEVISIÓN**

EL 92% DE LAS MARCAS DE GRAN CONSUMO DEL TOP50 HA INVERTIDO EN PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN

3. **PROMOCIONES**

LAS QUE HAN AUMENTADO SU PRESIÓN PROMOCIONAL EN 2020 HAN CRECIDO UN +13,5% EN VALOR

4. **OTROS**

LAS MARCAS QUE CRECEN MAXIMIZAN SU PRESENCIA EN LOS SUPERMERCADOS REGIONALES Y EN EL ECOMMERCE