



mas aumentaron su cifra de negocio, especialmente las marcas locales las cuales crecieron el doble que las globales.

Iconos como el sello Coca-Cola sigue siendo mundialmente el más escogido, y continúa como primera marca en una decena de países, España incluido.

Y ya que hablamos de globalidades otra enseña, esta de no alimentación como es Colgate logró ser la elegida en 40 millones de hogares más durante 2015, lo que la convierte en la única adquirida por el 68% de las familias del mundo.

De vuelta a España, tras Coca-Cola, El Pozo, Campofrío y Don Simón se sitúan Central Lechera Asturiana, que en esta edición ha escalado dos puestos en el ranking, Activia, Gallo, Danone, Azucarera y Bimbo.

Por su parte, Argal y Font Vella son las enseñas que más han crecido en posiciones: la cárnica ha incrementado el 25% sus contactos con el consumidor y la de agua de bebida envasada se sitúa en el puesto 33, tras ascender 15 escalones.

La preferencia del comprador español es para las enseñas nacionales, puesto que 27 de las 50 primeras tienen capital patrio, es decir, el 54% del total. El crecimiento en valor de las marcas nacionales ha sido del 2,3% durante el último ejercicio, mientras las globales caían el 0,8%.



Denominación de origen

Elige Calidad, elige etiquetas de seguridad

 Real Casa de la Moneda
Fábrica Nacional
de Moneda y Timbre

Departamento de Ventas
Tel: 91 566 65 64 - www.fnmt.es

