

Madrid, 22 de octubre de 2020

Telecinco, único medio de comunicación en el ranking de las marcas españolas más valiosas en el estudio BrandZ™ de Kantar 2020

El valor de marca obtenido en el informe BrandZ™ es una combinación entre su valor financiero y las opiniones de consumidores de su categoría y analiza su capacidad para responder a las necesidades de sus consumidores y de su potencial de crecimiento a futuro.

Telecinco es el único medio de comunicación que aparece en el informe BrandZ™ de Kantar 2020, un documento en el que se reconocen las 30 firmas con mayor valor de nuestro país. Según este estudio, el canal principal de Mediaset España aporta a la calidad de su marca el esfuerzo de ser **‘por noveno año consecutivo, el canal más visto en España, gracias a la popularidad de sus *realities*, como ‘Gran Hermano’ y ‘Supervivientes’. Entre sus series más conocidas se encuentra ‘La que se avecina’ ya en su 12ª temporada, y el telediario dirigido por el reputado periodista Pedro Piqueras’.**

El valor de marca obtenido en BrandZ™ es una **combinación entre su valor financiero y las opiniones de consumidores de su categoría**, que aportan la llamada “Contribución de Marca”. Esta métrica analiza de su capacidad para responder a las necesidades de sus consumidores y de su potencial de crecimiento a futuro.

Telecinco forma parte de este ranking -en el puesto 25- entre grandes compañías de moda, banca, distribución, bienes de consumo o entretenimiento, estando encabezada por Zara, Movistar, Santander, Iberdrola, BBVA y Endesa.

Para Ricardo Pérez, director del estudio en España **‘con tanta incertidumbre y ajuste, los consumidores están mirando de nuevo las marcas que impactan en su vida diaria. Están buscando marcas confiables que puedan brindar comodidad, confiabilidad y liderazgo’.**