

XIII versión  
**Marcas Ciudadanas:**  
**Compromiso**

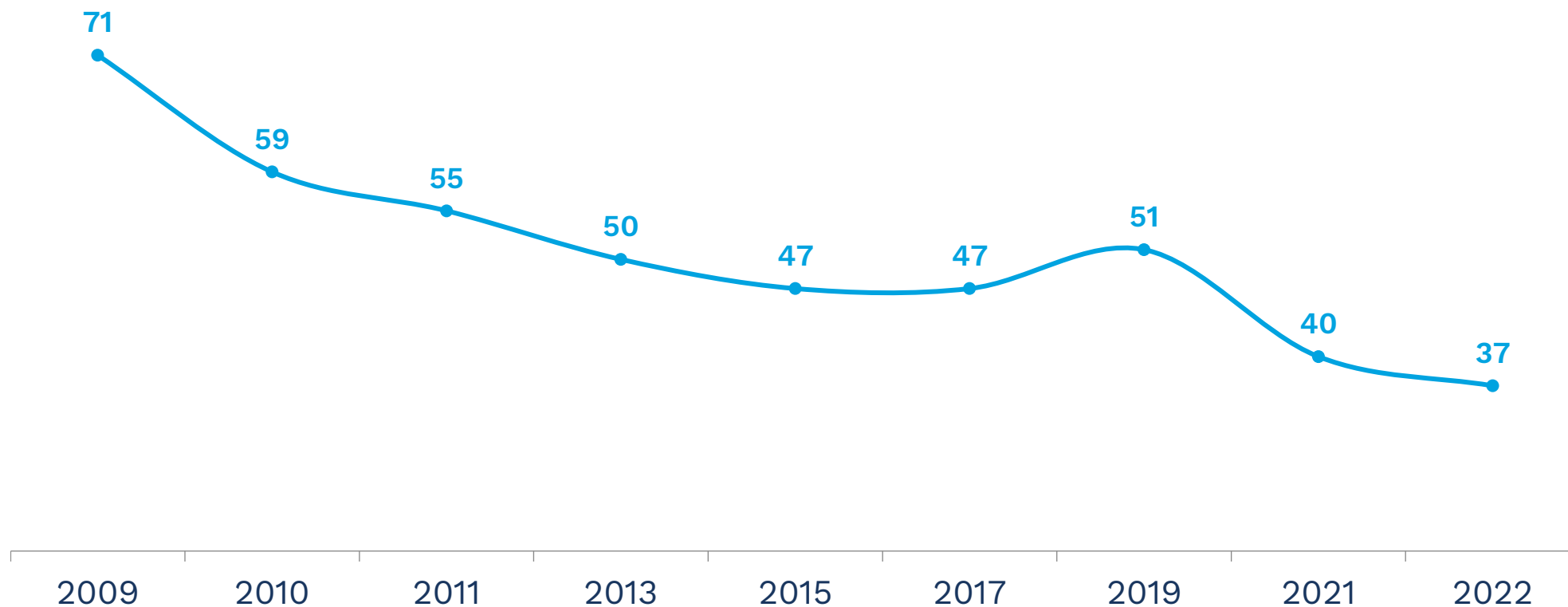


Segundo semestre 2023

# 15 razones sobre por qué es importante comprometernos con Chile

# 1. **Porque** hemos perdido el **sueño** de que Chile sea un país desarrollado

Pensando en un plazo de 10 años, ¿Ud. cree que se habrán alcanzado estas metas, se habrá avanzado, se seguirá igual que ahora o se habrá retrocedido?



Fuente: Encuesta Nacional Bicentenario

## 2. **Porque** sólo 2 de cada 10 ven el **futuro con optimismo**, el nivel más bajo registrado en Plaza Pública Cadem

En general, ¿Cómo se siente usted acerca del futuro del país? %



Michelle  
Bachelet

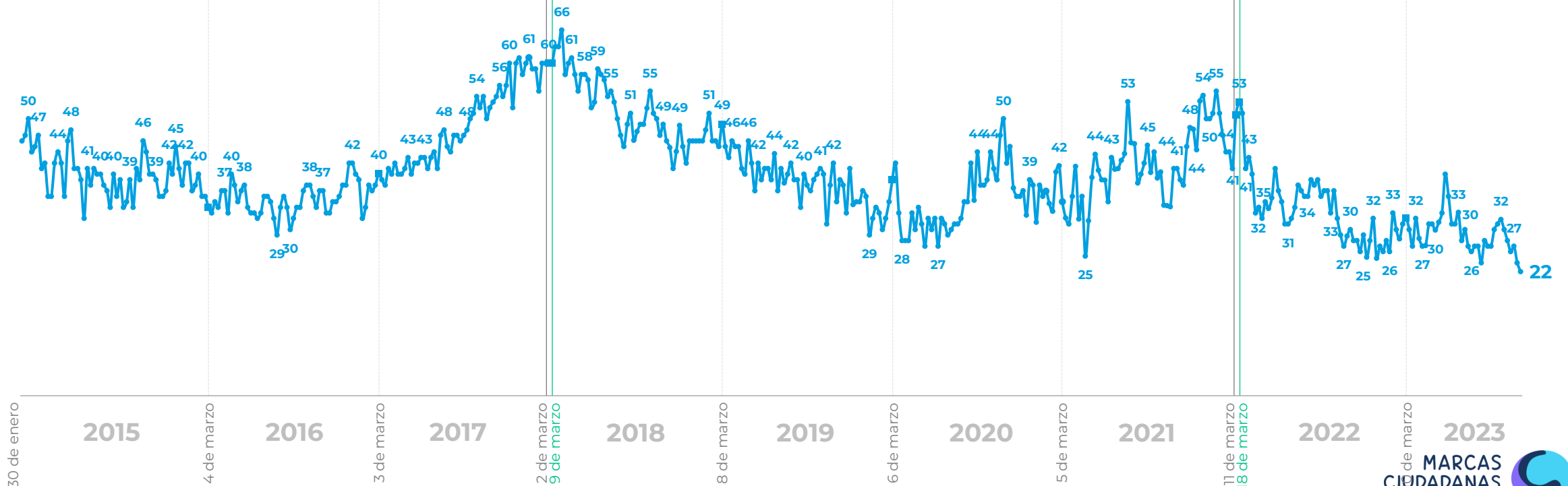


Sebastián  
Piñera



Gabriel  
Boric

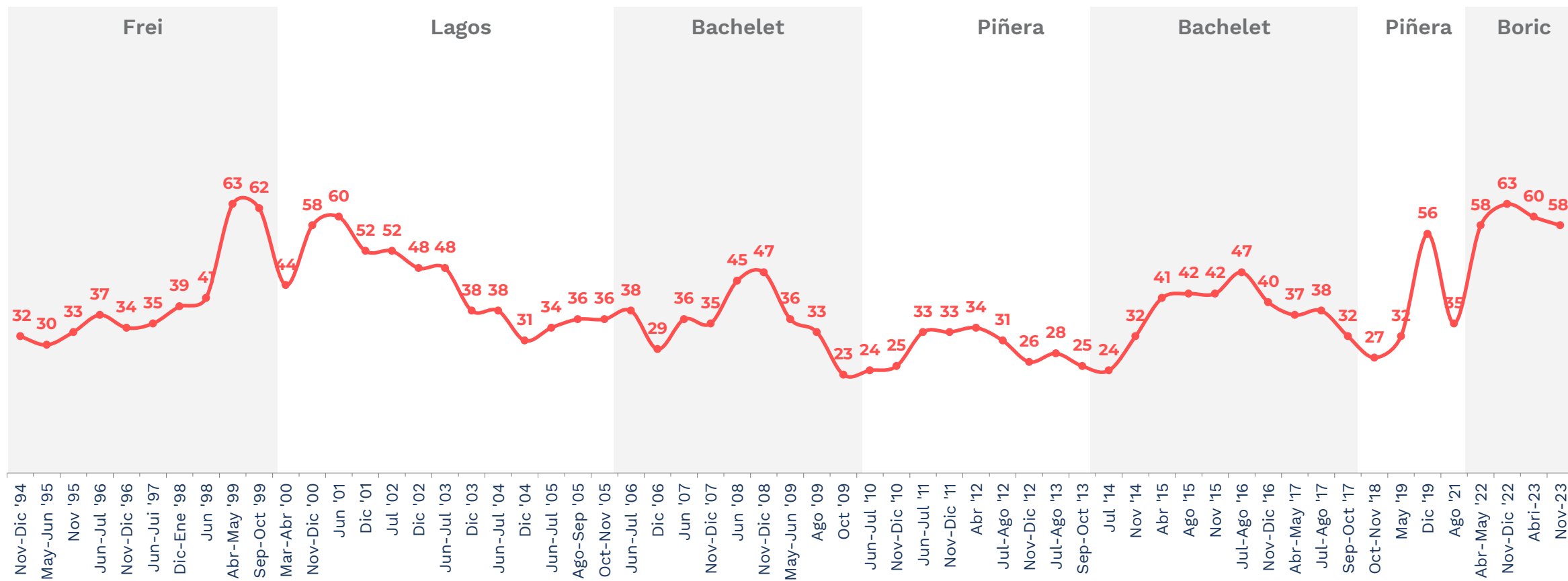
Muy optimista /  
Optimista



Fuente: Cadem

# 3. Porque la percepción económica es la más negativa desde la crisis asiática

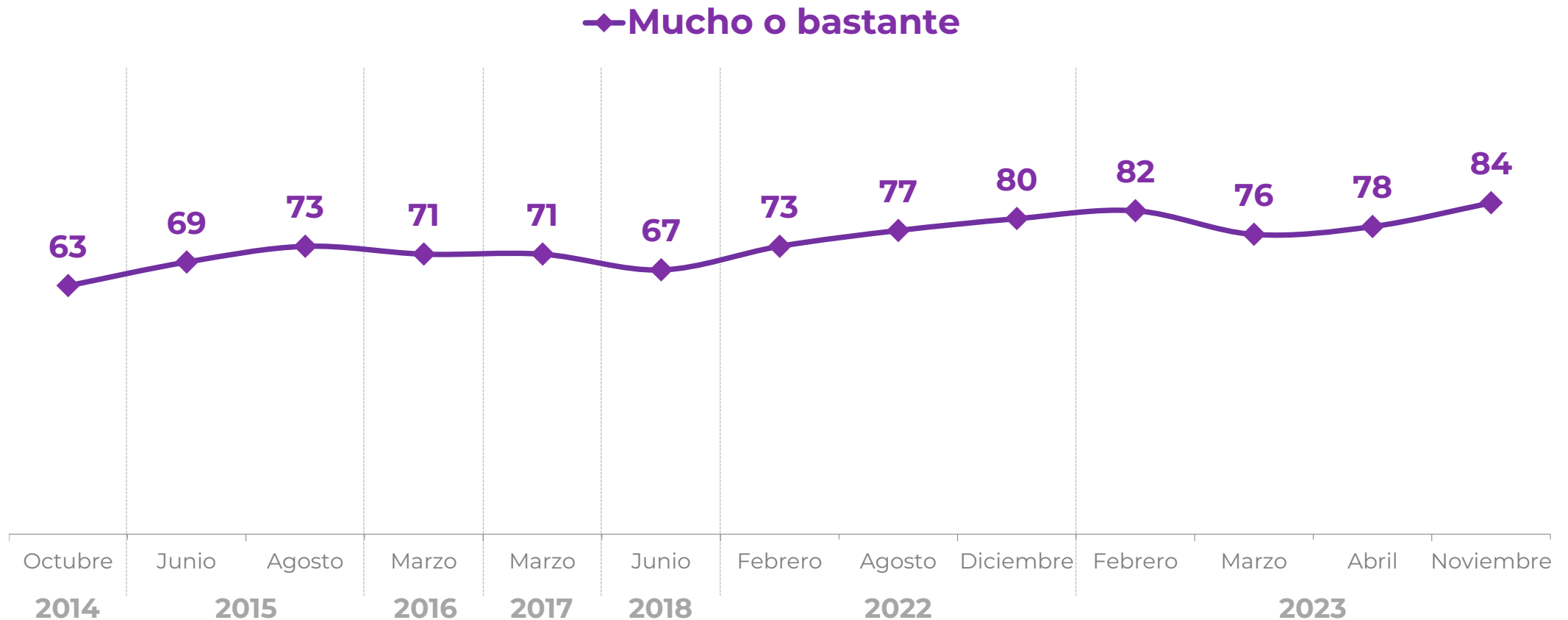
¿Cómo calificaría usted la actual situación económica del país? % Muy mala o mala



Fuente: CEP

## 4. Porque el **temor a la delincuencia** está en su nivel histórico más alto

¿Cuánta preocupación tiene usted de ser víctima de un delito? %

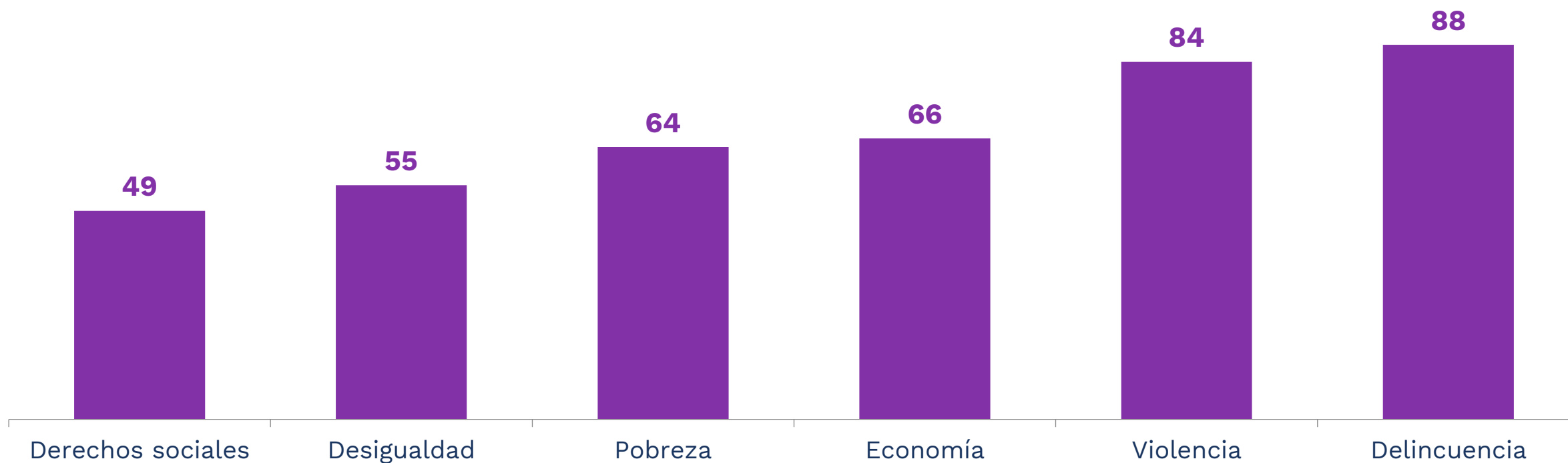


Fuente: Cadem

## 5. **Porque** las demandas que dieron origen al **estallido social** se han agudizado

En comparación con la realidad de Chile 4 años atrás, antes del estallido social ¿Usted piensa que el país está mejor, igual o peor en...? %

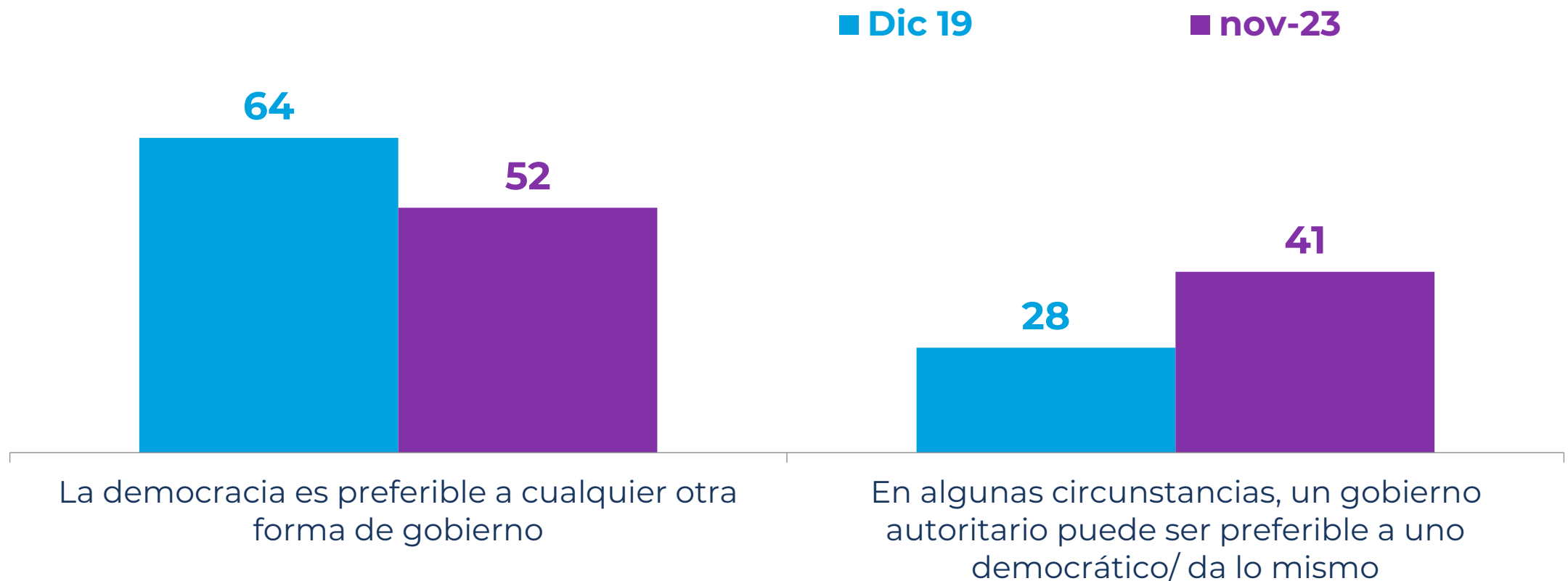
■ % Peor



Fuente: Cadem

## 6. **Porque** vivimos en un país más **polarizado** y desconfiado de la democracia

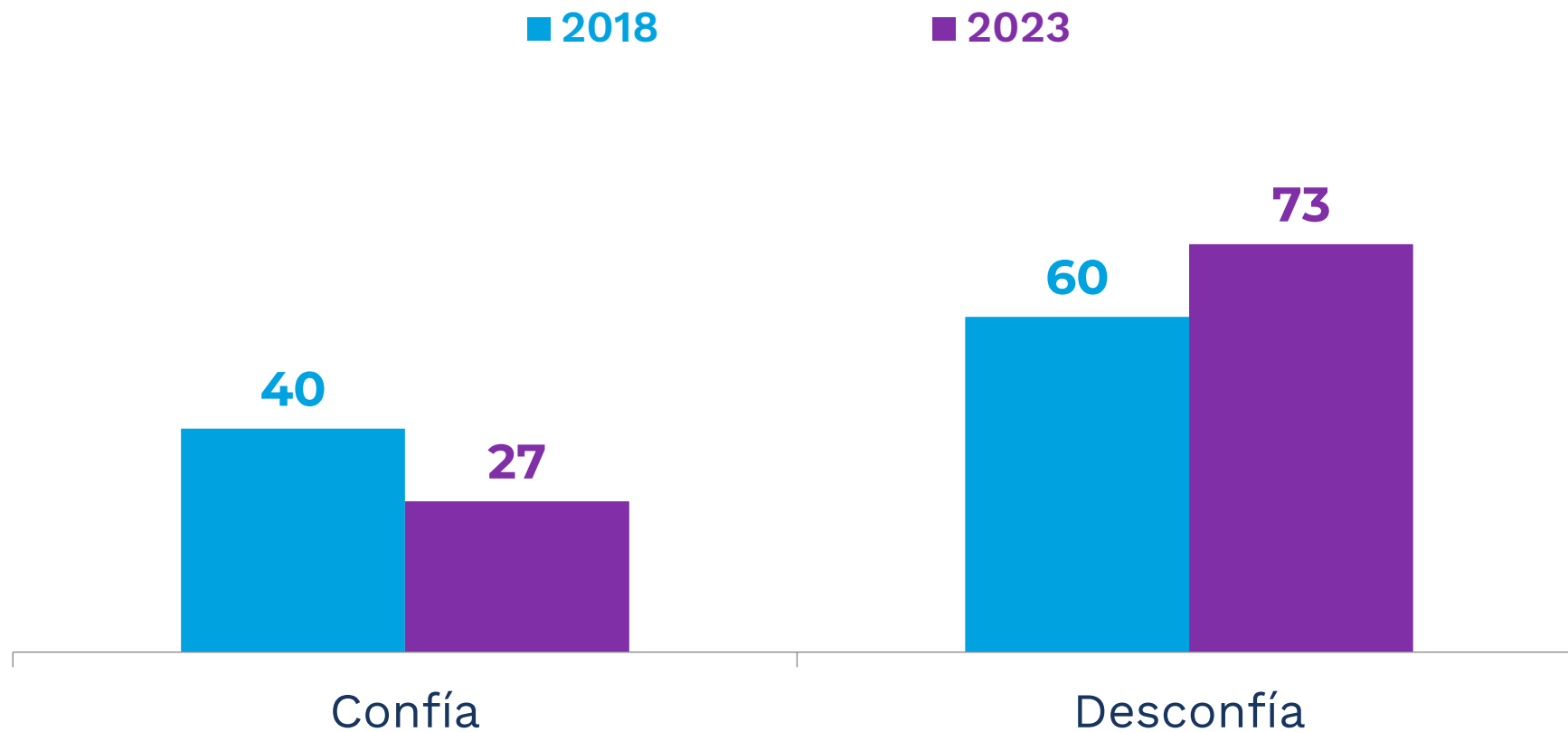
¿Con cuál de las siguientes frases está usted más de acuerdo? %



Fuente: CEP



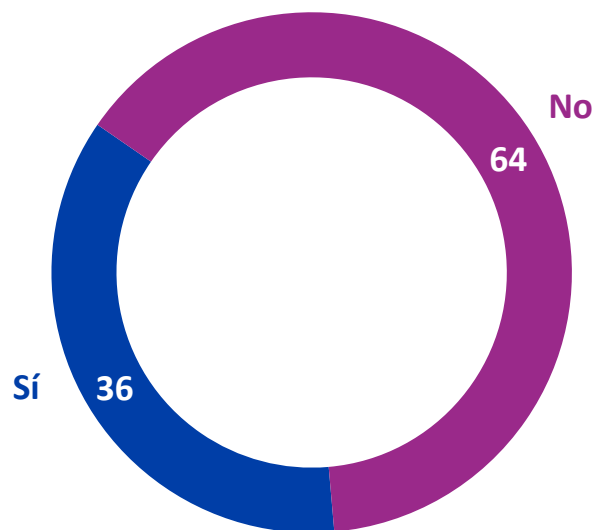
## 7. Porque **desconfiamos** cada vez más los unos de los otros



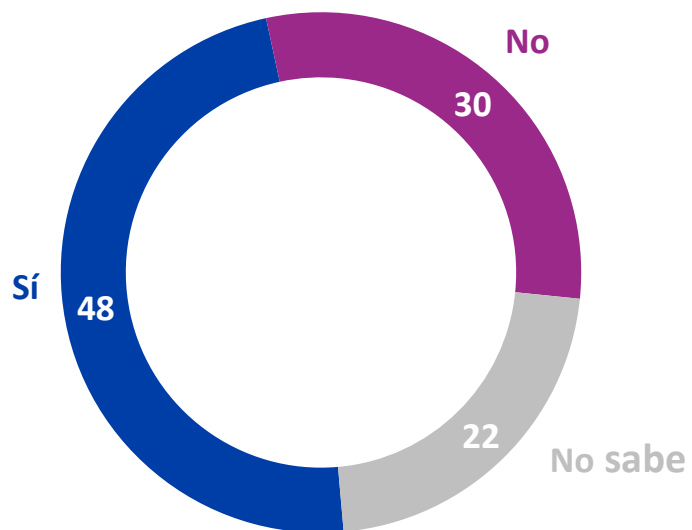
Fuente: Barómetro de la confianza empresarial, SOFOFA.

## 8. Porque los chilenos somos **infieles**

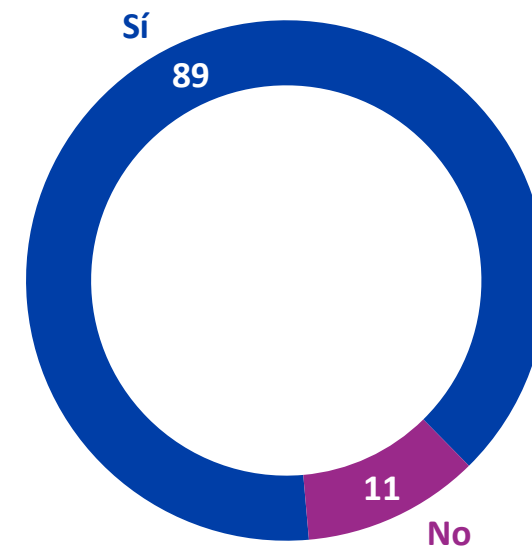
¿Has sido infiel?



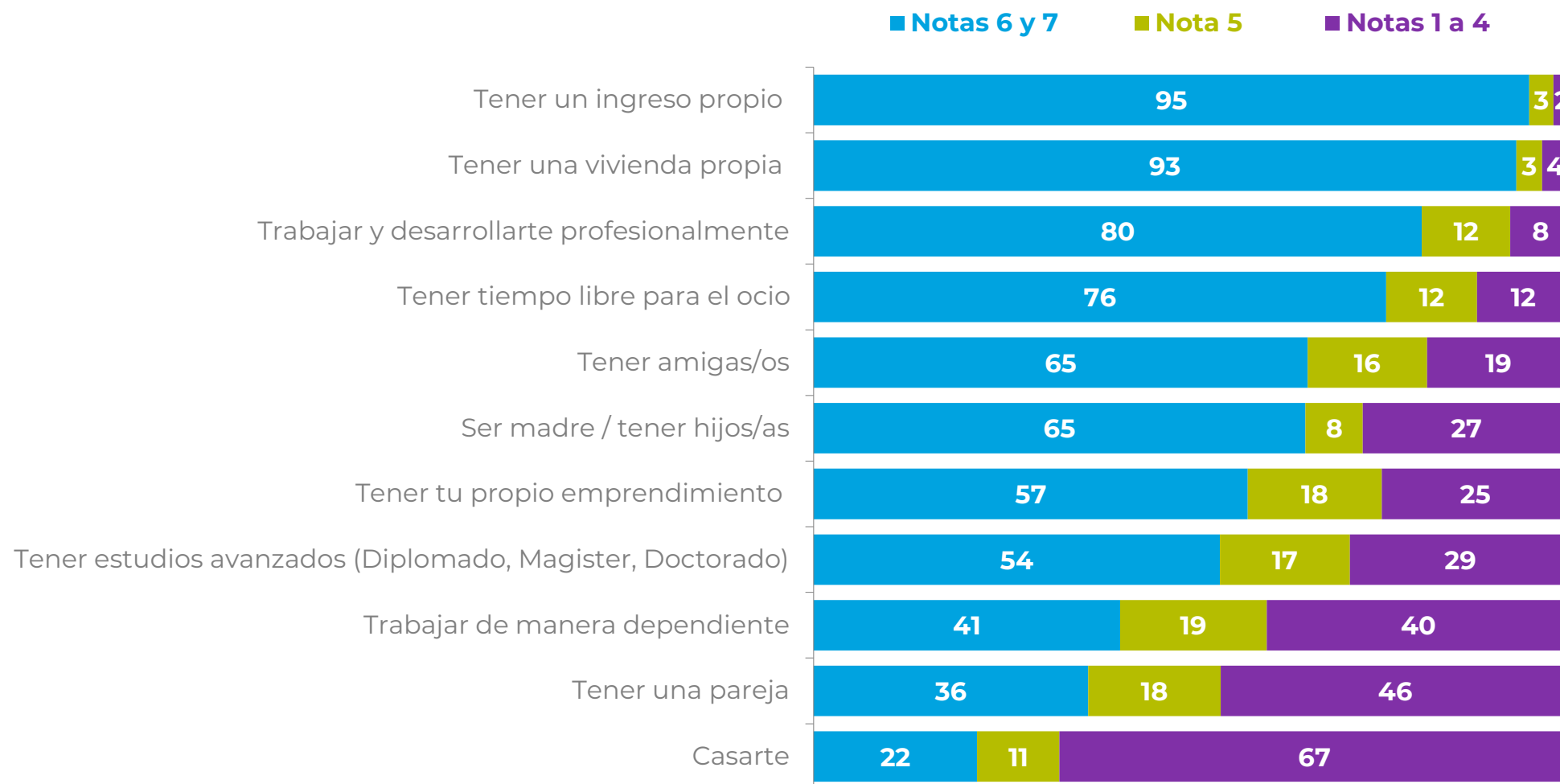
¿Te han sido infiel?



¿Tienes algún conocido/a, amigo/a o familiar que haya sido infiel a su pareja?

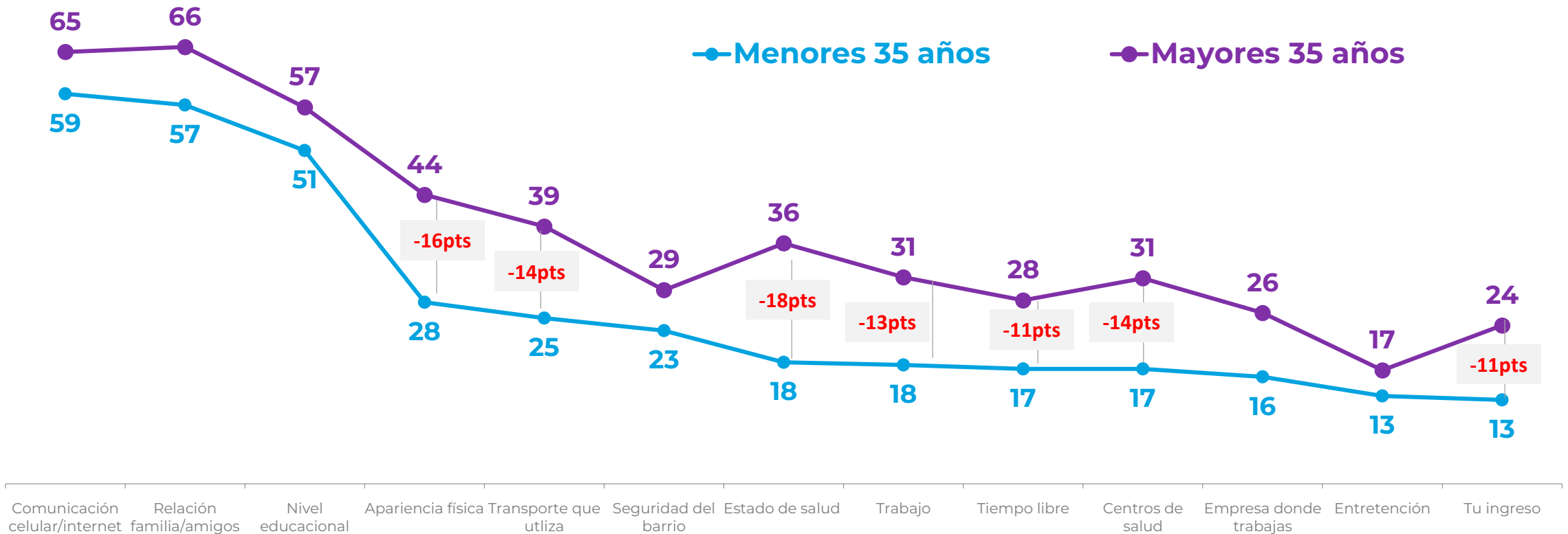


# 9. Porque el **matrimonio se está extinguiendo** y casarse ya no es algo relevante



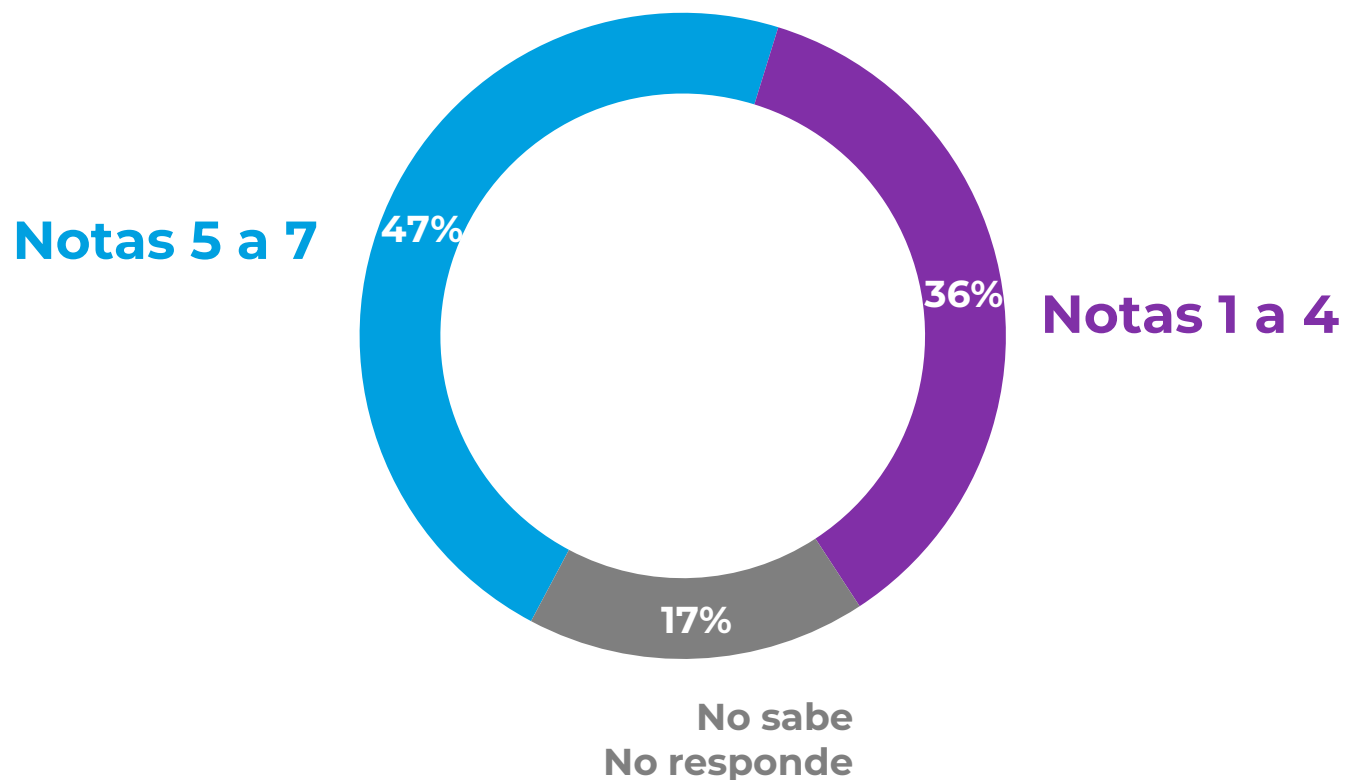
# 10. Porque la **nueva generación** está mucho más insatisfecha con los distintos ámbitos de la vida

Usando una escala de 1 a 7, donde 1 es “nada satisfecho/a” y 7 es “muy satisfecho/a”, ¿Con qué nota evaluarías tu nivel de satisfacción con...? [abril, 2021] % 6-7



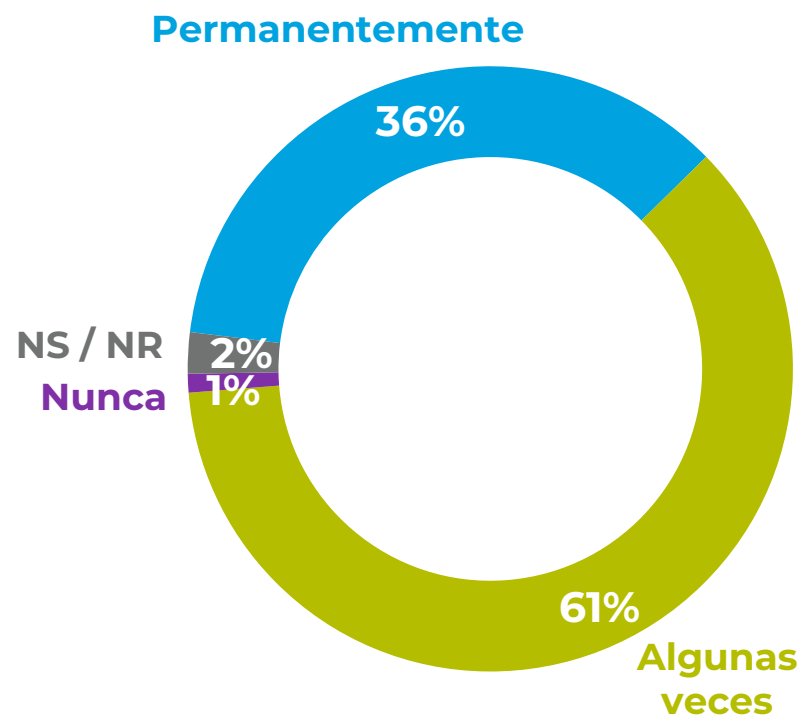
# 11. Porque nos rodean las **noticias falsas** que impiden que sepamos lo que es verdad y lo que es mentira

Pensando en las noticias que lees o recibes, ¿con qué frecuencia te has encontrado con noticias que crees que son falsas o inventadas desde...?\* Use una escala de 1 a 7, donde uno es nunca y 7 es permanentemente



## 12. **Porque la percepción de abuso** de las empresas sigue siendo altísima

¿Crees que las empresas abusan de sus clientes...?  
%



# 13. **Porque cumplimos, pero no cuidamos o maltratamos** a nuestros clientes

¿Con cuál de las siguientes afirmaciones asocias a cada una de las siguientes industrias?

■ Se preocupa y cuida a sus clientes  
■ Maltratan y abusan de sus clientes

■ Cumple, pero no cuidan a sus clientes  
■ NS/NR

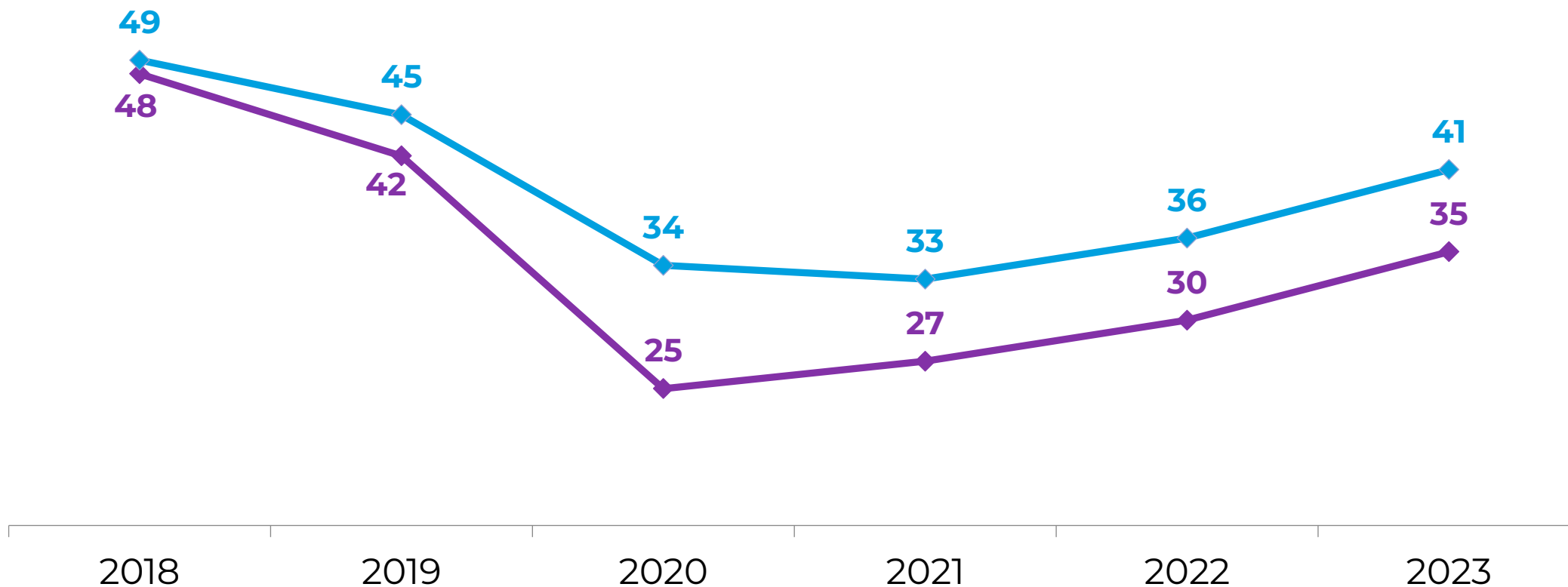
■ Cumplen, pero maltratan a sus clientes



# 14. **Porque cuando nos hacemos cargo** podemos cambiar nuestra relación con los chilenos

Índice de Confianza empresarial Sofofa - Cadem

◆ Índice Confianza grandes empresas    ◆ Índice Confianza empresarial





# 15. **Porque está en nuestras manos** hacer cosas para mostrar nuestro compromiso con Chile

## Se valora de una marca:

<b>69%</b> Que responda ágilmente	<b>66%</b> Te ofrezca beneficios por ser un cliente fiel	<b>65%</b> Cuide a sus trabajadores, pague buenos sueldos y se preocupe por su bienestar	<b>63%</b> Con la que te vas a la segura que no fallará	<b>62%</b> Te hace la vida fácil
--------------------------------------	---	---	--	-------------------------------------

**Porque podemos volver a  
soñar**



# **El desafío de construir Marcas Ciudadanas**

# ¿Qué significa ser una *Marca Ciudadana*

Marcas ciudadanas destacan por tener *presencia positiva en la opinión pública*, por ser consideradas como un *aporte* a la sociedad y, a la vez, por ser *relevantes* para los consumidores/clientes. Por esta razón, una Marca Ciudadana tiene una doble identidad, ya que *está presente tanto en la sociedad como en la vida diaria de las personas*.

## ¿De qué se trata?



## Metodología

Encuesta auto administrada enviada vía mail a panelistas de Cadem Online y Comunidad Cadem, con edades **entre 18 y 70 años**, aplicada en **todo Chile**, pertenecientes a los niveles socioeconómicos **C1, C2 y C3D**.



### Segundo semestre

(Campo realizado entre el 2 al 19 octubre de 2023)

**casos totales 8.500**

*\*En esta medición realizamos 500 encuestas por marca*



# Modelo Marcas Ciudadanas



# Modelo Marcas Ciudadanas



+



+



=



Presencia positiva

Relevancia

Aporte

TOP OF MIND

Comunicación visible  
y memorable

Presente  
en el día a día

Funcionalidad /  
experiencia

Estilo

Accesibilidad

Beyond profit

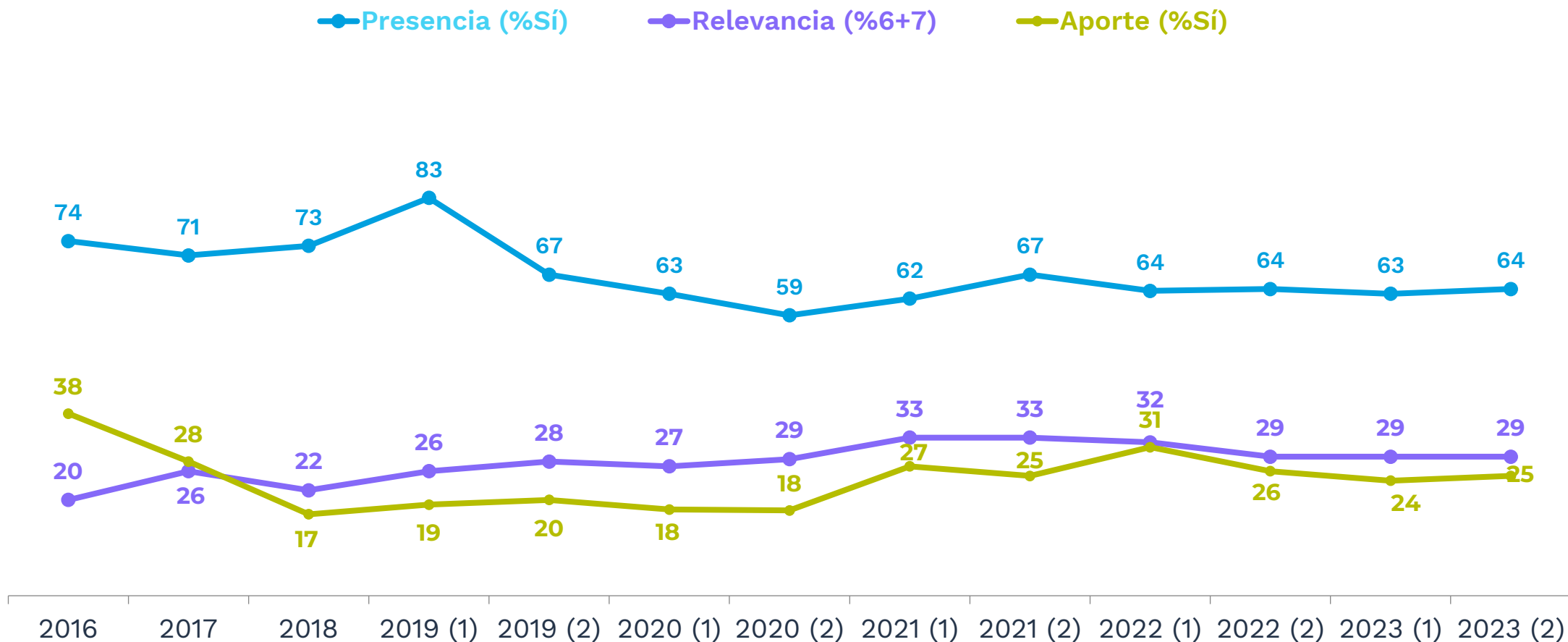
Mejora la calidad de  
vida de las personas

Aporta a la sociedad

Hace el mundo un  
mejor lugar

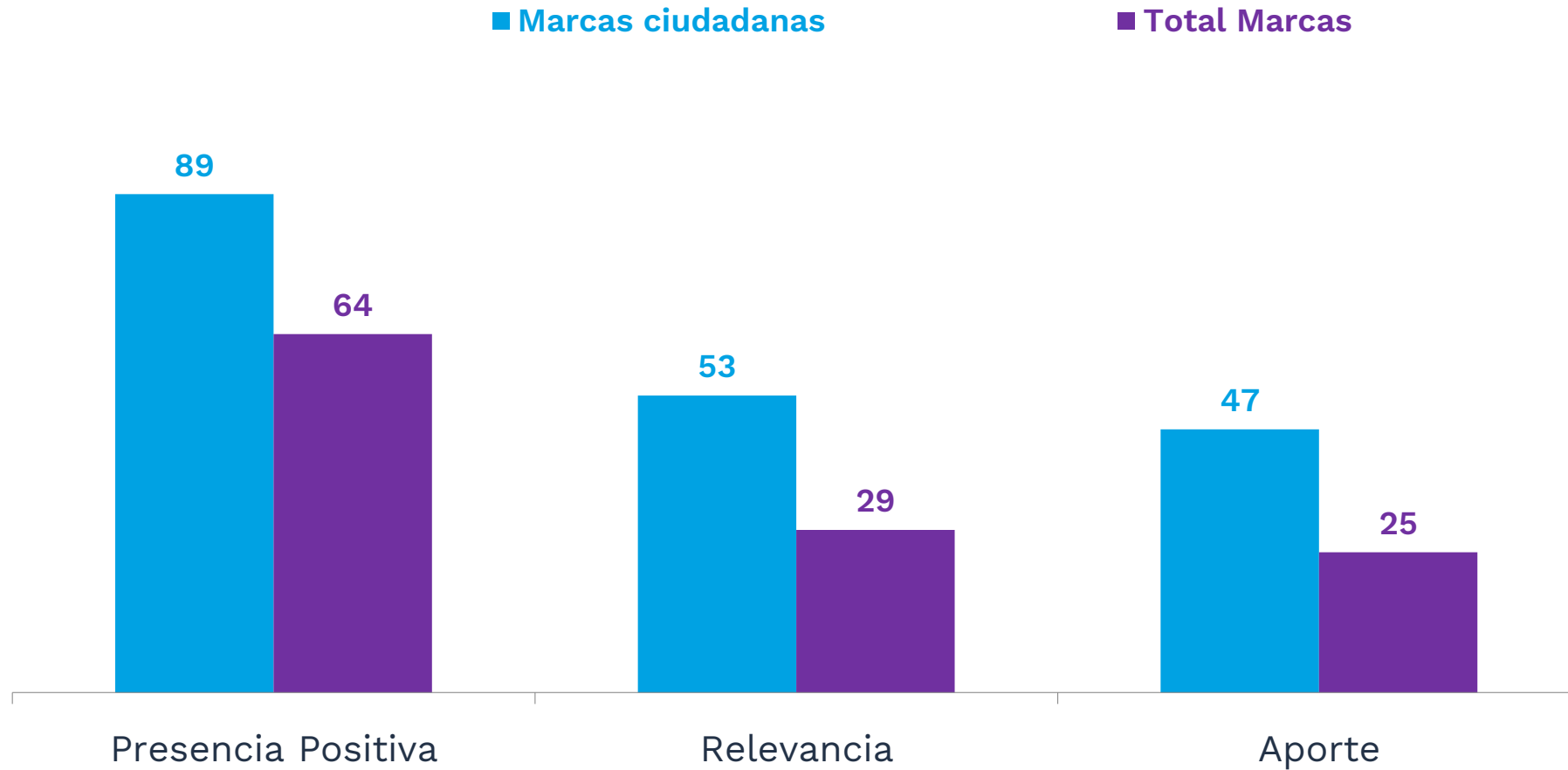


# Evolutivo Total Marcas

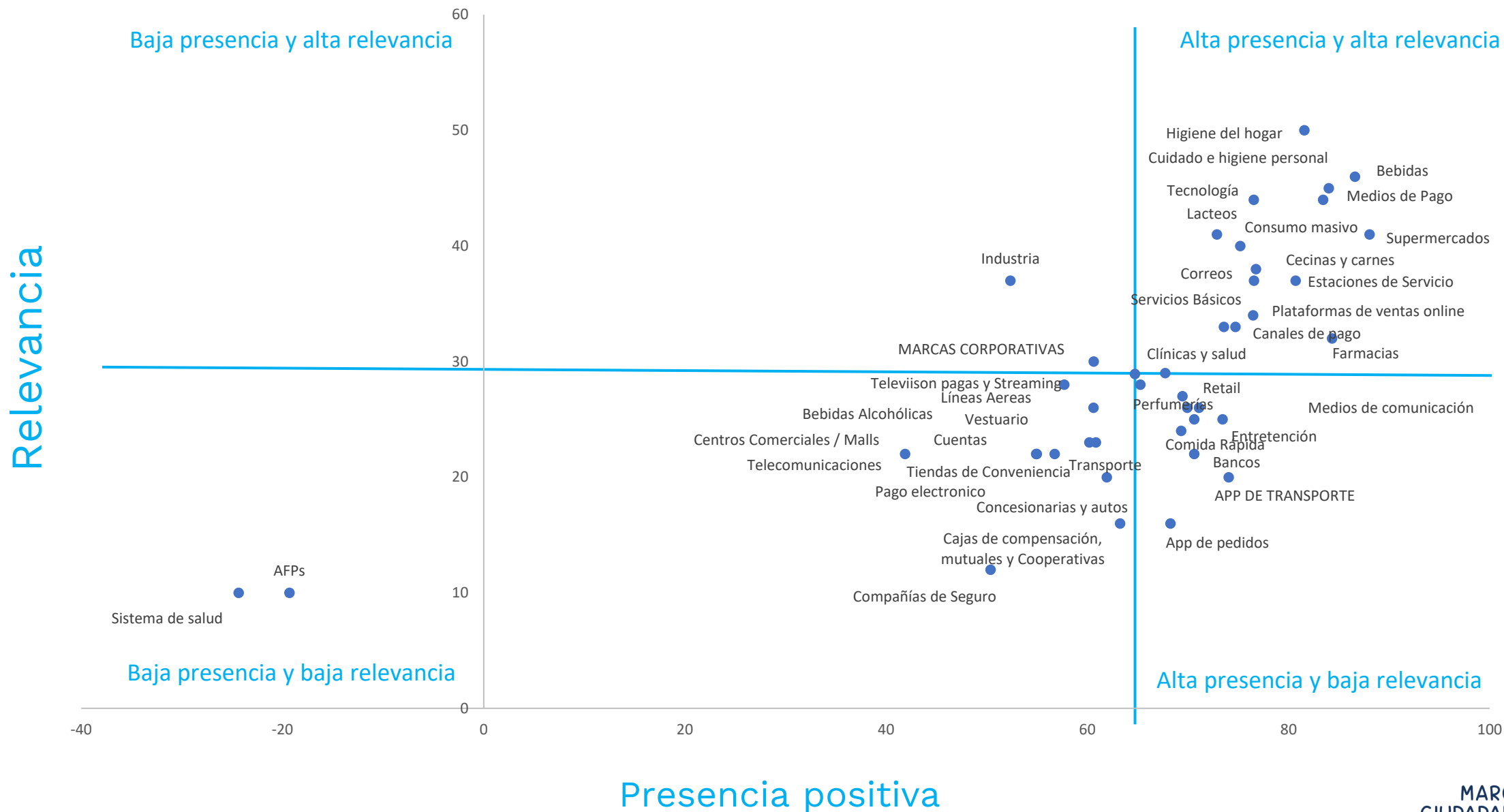


# Resumen de dimensiones de Marcas Ciudadanas 2023-II

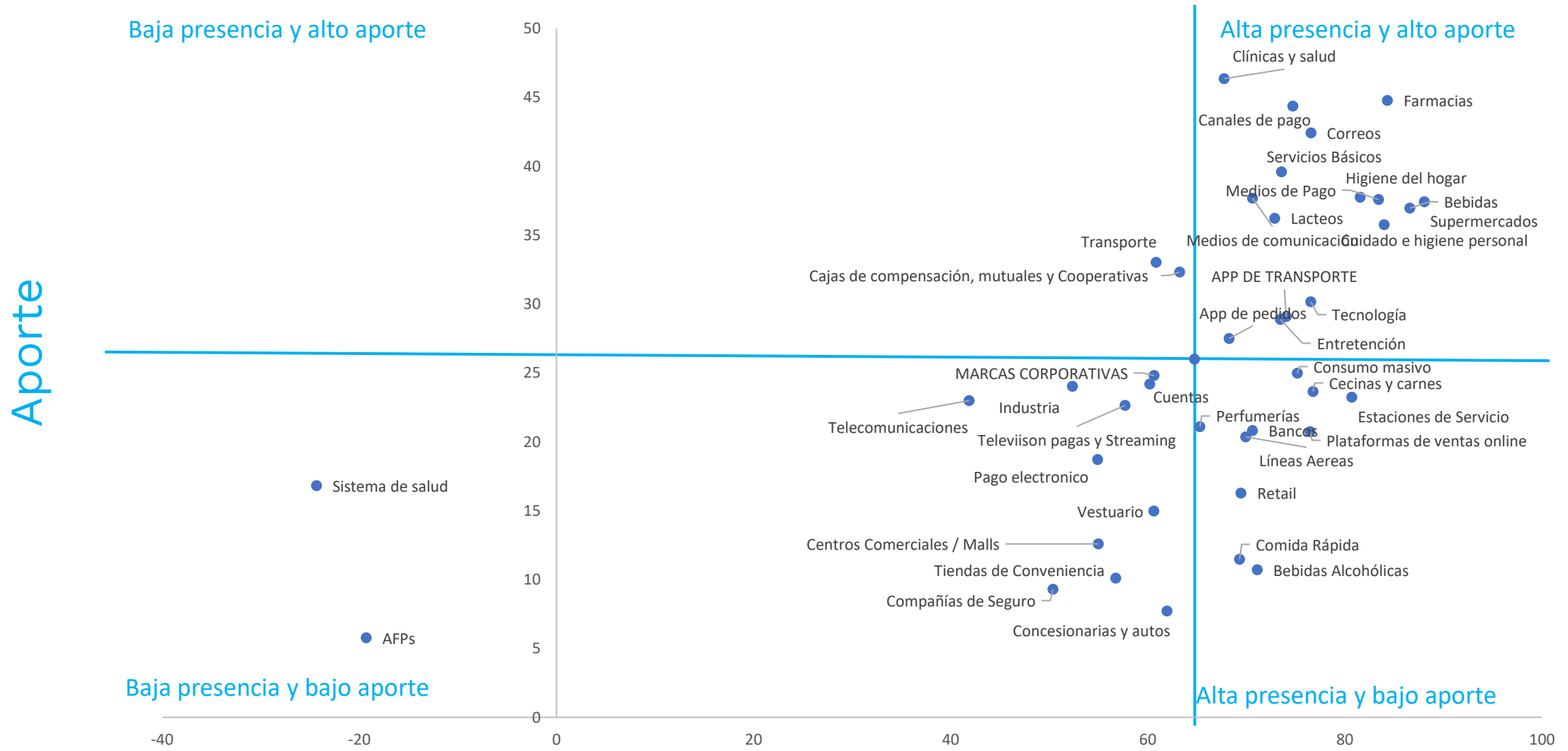
(%)



# Presencia vs Relevancia por industrias



# Presencia vs Aporte por industrias



Presencia positiva

# Ranking de Marcas Ciudadanas 2023

Son **37 marcas que destacan del resto.**  
Desde su propósito logran *hacerse visibles.*



# Marcas Ciudadanas 2023 – Segundo Semestre



1.		11.		21.		31.	
2.		12.		22.		32.	
3.		13.		23.		33.	
4.		14.		24.		34.	
5.		15.		25.		35.	
6.		16.		26.		36.	
7.		17.		27.		37.	
8.		18.		28.			
9.		19.		29.			
10.		20.		30.			

# Marcas Ciudadanas 2023 – II: Salen, se mantienen y entran



Marcas que salen



Marcas que se mantienen



Marcas que entran



# Ganadores por categoría



























AFP	App de pedidos	Apps de transportes	Bancos	Bebidas	Bebidas alcohólicas	Cajas y Cooperativas
						
Canales de pago	Cecinas y carnes	Centros comerciales	Clínicas y salud	Comida rápida	Compañía de seguros	Concesionarias y autos
						
Consumo masivo	Correos	Cuentas	Cuidado e higiene personal	Entretención infantil/familiar	Estaciones de servicio	Farmacias
						
Higiene del hogar	Industria	Lácteos	Líneas aéreas	Marcas corporativas	Medios de comunicación	Medios de pago
						
Pago electrónico	Plataformas de ventas online	Retail	Servicios básicos	Sistema de salud	Supermercados	Tecnología
						
Telecomunicaciones	Televisión pagas y streaming	Tiendas de conveniencia	Transporte	Vestuario	Perfumería	
						



# Ranking global 2023 – Segundo Semestre - TOP 80 Marcas

 Ranking 2023-II		Ranking 2023-I	 Ranking 2023-II		Ranking 2023-I	 Ranking 2023-II		Ranking 2023-I	 Ranking 2023-II		Ranking 2023-I
1		= 1	21		= 19	41		↑ 49	61		↑ 111
2		= 4	22		= 25	42		= 45	62		= 64
3		= 2	23		↓ 16	43		↑ 54	63		↓ 46
4		↑ 9	24		-	44		↑ 63	64		-
5		= 7	25		= 24	45		↑ 61	65		↓ 51
6		= 6	26		↓ 21	46		↓ 39	66		↑ 91
7		↑ 13	27		↑ 43	47		↑ 53	67		↑ 84
8		↓ 3	28		↓ 23	48		= 46	68		↑ 82
9		-	29		= 27	49		↑ 66	69		↓ 32
10		= 10	30		= 31	50		↓ 36	70		↑ 106
11		= 11	31		= 34	51		↓ 22	71		↓ 60
12		↓ 8	32		= 30	52		↓ 44	72		↑ 96
13		-	33		↓ 28	53		↑ 70	73		↑ 90
14		= 14	34		↑ 56	54		↓ 41	74		↓ 59
15		= 18	35		↓ 26	55		↓ 29	75		↑ 112
16		= 17	36		= 37	56		↓ 46	76		↓ 67
17		↓ 5	37		= 35	57		↑ 62	77		↓ 68
18		= 15	38		= 42	58		↑ 102	78		↑ 119
19		= 20	39		↓ 33	59		↑ 98	79		= 79
20			40		↑ 77	60		= 58	80		↓ 40

# Ranking global 2023 – Segundo Semestre – Marca 81 a Marca 160

 Ranking 2023-II		Ranking 2023-I	 Ranking 2023-II		Ranking 2023-I	 Ranking 2023-II		Ranking 2023-I	 Ranking 2023-II		Ranking 2023-I
81		= 78	101		↑ 109	121		= 117	141		↓ 129
82		↓ 73	102		↓ 93	122		-	142		↓ 99
83		↓ 74	103		↑ 110	123		= 125	143		↑ 148
84		↓ 72	104		↓ 87	124		↓ 85	144		-
85		= 89	105		= 101	125		-	145		= 145
86		↑ 113	106		↓ 83	126		↑ 152	146		↑ 160
87		↓ 81	107		↑ 127	127		↓ 55	147		↓ 115
88		↑ 140	108		↑ 122	128		↑ 154	148		↑ 186
89		↓ 57	109		= 105	129		↓ 52	149		↓ 114
90		↓ 71	110		↑ 142	130		↑ 158	150		-
91		-	111		↓ 80	131		↓ 50	151		↓ 107
92		↓ 76	112		↑ 133	132		↓ 65	152		↑ 169
93		-	113		↓ 94	133		= 134	153		-
94		↑ 126	114		↑ 132	134		↑ 144	154		-
95		↑ 224	115		↑ 136	135		= 138	155		↑ 162
96		↓ 88	116		↓ 104	136		↑ 149	156		↑ 166
97		↑ 103	117		↑ 156	137		-	157		↑ 167
98		= 97	118		= 116	138		↓ 130	158		↑ 204
99		↑ 121	119		↑ 164	139		= 143	159		= 163
100		↓ 86	120		↑ 131	140		↓ 123	160		↓ 139






















# Ranking global 2023 – Segundo Semestre – Marca 161 a Marca 220






















Ranking 2023-II		Ranking 2023-I
161	AngloAmerican	176
162	Corona	161
163	arauco	180
164	Mistral	185
165	COSTANERA	141
166	PETROBRAS	157
167	BANQUETE	190
168	pluto	-
169	COOPEUCH	240
170	COLLAHUASI	182
171	AliExpress	159
172	SNY	137
173	DiDi	183
174	PARQUE DEL RECUERDO	177
175	DF	-
176	HYUNDAI	-
177	TOYOTA	184
178	PUMA	168
179	cabify	199
180	amazon	175












Ranking 2023-II		Ranking 2023-I
181	cencosud Scotiabank	173
182	ParqueArauco	150
183	CRISTAL	198
184	METROGAS	155
185	CHEVROLET	165
186	LolapaBza	151
187	Brésler	-
188	KIA	179
189	turbus	-
190	ALTO CARMEN	197
191	tenpo	189
192	Rappi	153
193	IKEA	194
194	DIRECTV	210
195	SHEIN	200
196	La Araucana	236
197	PIZZA HUT	202
198	NotCo	193
199	Domino's	207
200	SUZUKI	201

Ranking 2023-II		Ranking 2023-I
201	MACH	172
202	Pullman Bus	-
203	ALTO LAS CONDES	195
204	Las Últimas Noticias	-
205	NISSAN	187
206	Cuenta FAN	215
207	Scotia	216
208	OXO	209
209	TIT	213
210	Itaú	225
211	tricot	221
212	ESCUDO	211
213	MetLife	223
214	Reebok	-
215	mazda	206
216	banco ripley	237
217	Caja 18	246
218	enex	226
219	laSegunda	-
220	MUTUAL DE SEGUROS DE CHILE	-

# Ranking global 2023 – Segundo Semestre – Marca 221 a Marca 270

 Ranking 2023-II		Ranking 2023-I
221		-
222		↓ 181
223		↓ 214
224		↓ 203
225		= 229
226		↑ 231
227		-
228		↑ 235
229		↑ 242
230		= 232
231		↓ 222
232		↓ 217
233		↓ 188
234		↓ 218
235		↓ 228
236		↓ 230
237		↑ 262
238		↓ 227
239		-
240		↑ 247

 Ranking 2023-II		Ranking 2023-I
241		= 241
242		-
243		= 244
244		↑ 270
245		↓ 220
246		↓ 234
247		↓ 233
248		= 250
249		= 253
250		↓ 243
251		= 248
252		-
253		↓ 245
254		= 252
255		= 255
256		-
257		= 254
258		= 257
259		= 259
260		↑ 267

 Ranking 2023-II		Ranking 2023-I
261		↓ 249
262		↓ 238
263		↓ 258
264		= 266
265		= 265
266		= 263
267		= 268
268		↓ 208
269		↓ 264
270		= 269

# Principales alzas en el ranking

 Ranking  
2023 -I Alza

95	129
169	71
88	52
61	50
158	46
119	45
58	44
78	41
196	40
59	39
117	39



 Ranking  
2023 -I Alza


148	38
40	37
75	37
70	36
94	32
110	32
217	29
130	28
86	27
126	26
128	26



 Ranking  
2023 -I Alza

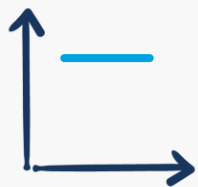
244	26
66	25
237	25
72	24
167	23
34	22
99	22
112	21
115	21
164	21
216	21





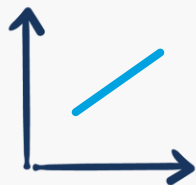
**Identificamos 5  
grandes segmentos  
de marcas**

## En esta historia de 8 años identificamos 5 grupos de marcas según sus capacidades de adaptación ¿Dónde está nuestra marca?



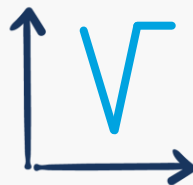
### **Marcas ciudadanas por excelencia:**

Marcas que lideran sistemáticamente el ranking pese a haber enfrentado eventos disruptivos como la pandemia, el estallido social y la aceleración digital, manteniendo la valoración de la ciudadanía.



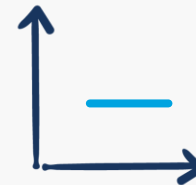
### **Marcas exitosas:**

Marcas que han ido mejorando sistemáticamente en el tiempo y han llegado a ser Marcas Ciudadanas pese a los desafíos del entorno.



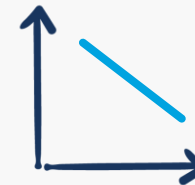
### **Marcas resilientes:**

Marcas que han atravesado crisis complejas pero han podido salir de ellas y reencontrarse con los chilenos para instalarse como Marcas Ciudadanas.



### **Marcas dormidas:**

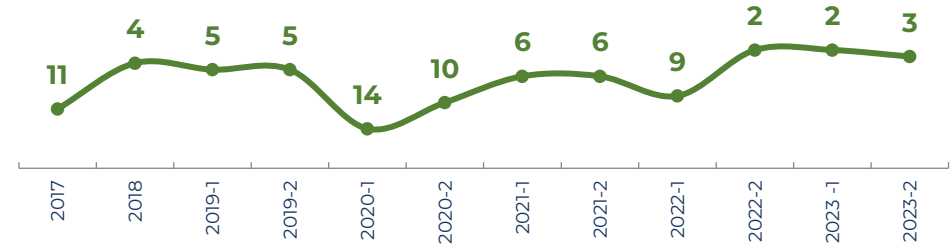
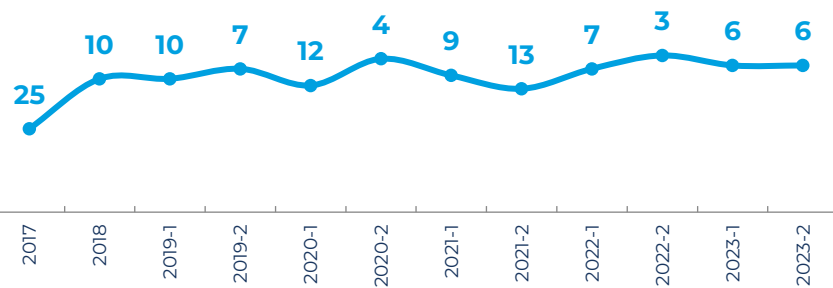
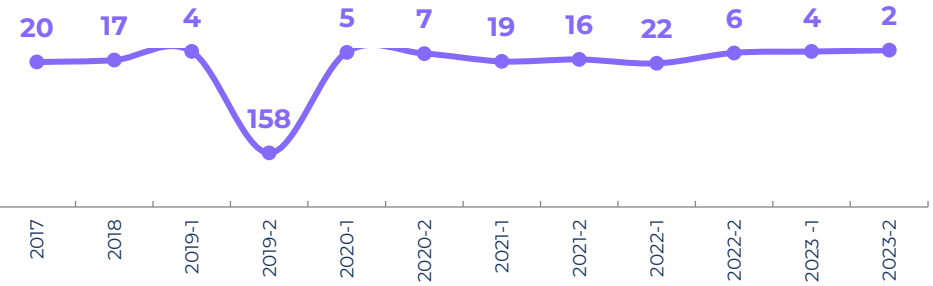
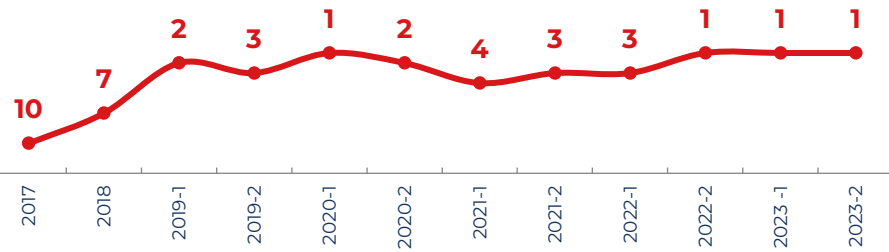
Marcas que se han mantenido sin grandes cambios en sectores medios o bajos del ranking.



### **Marcas desafiadas:**

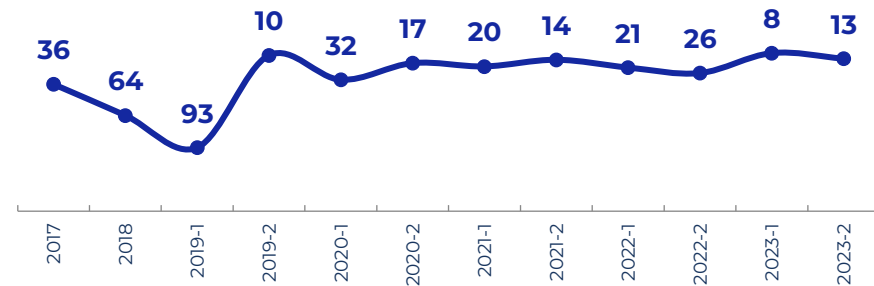
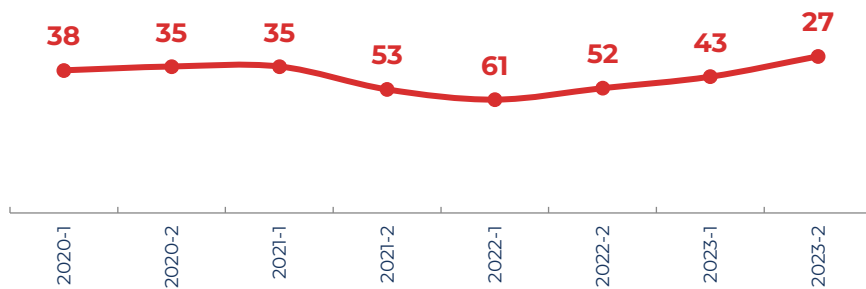
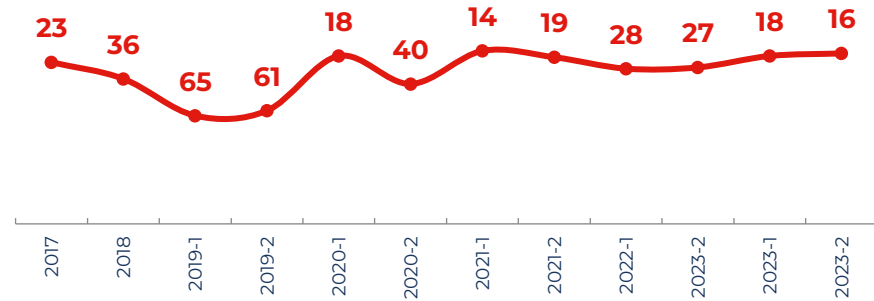
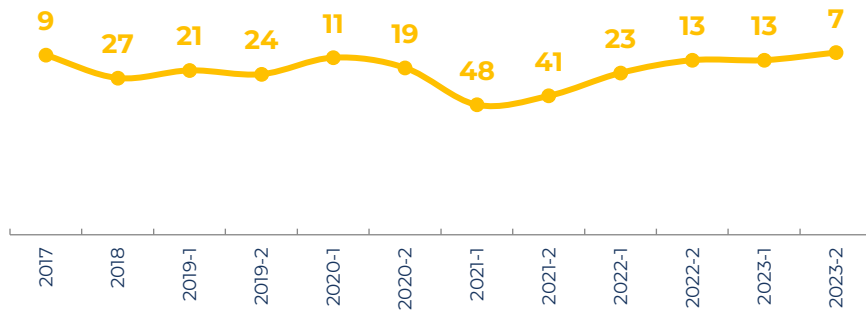
Marcas con trayectorias descendentes que no han podido revertir los desafíos de su entorno.

# 4 ejemplos de Marcas Ciudadanas de Excelencia



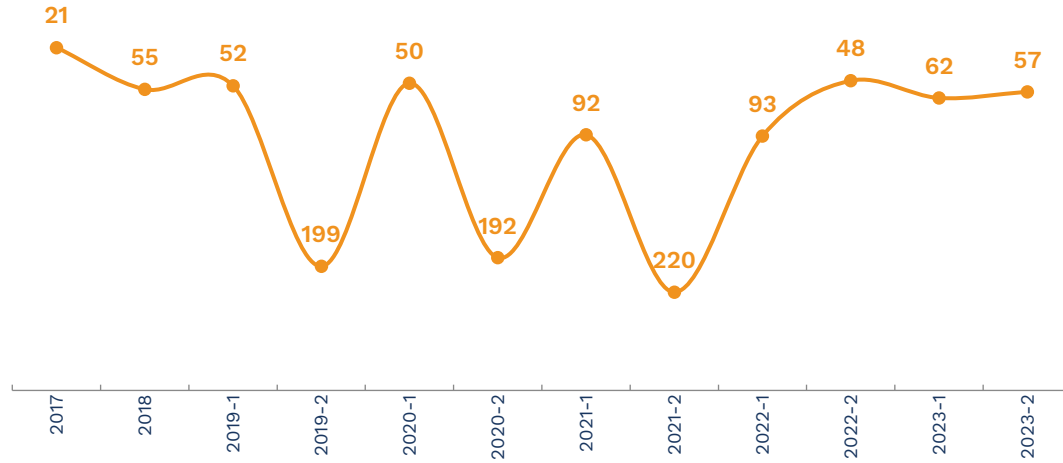


# Marcas Exitosas que crecen constantemente

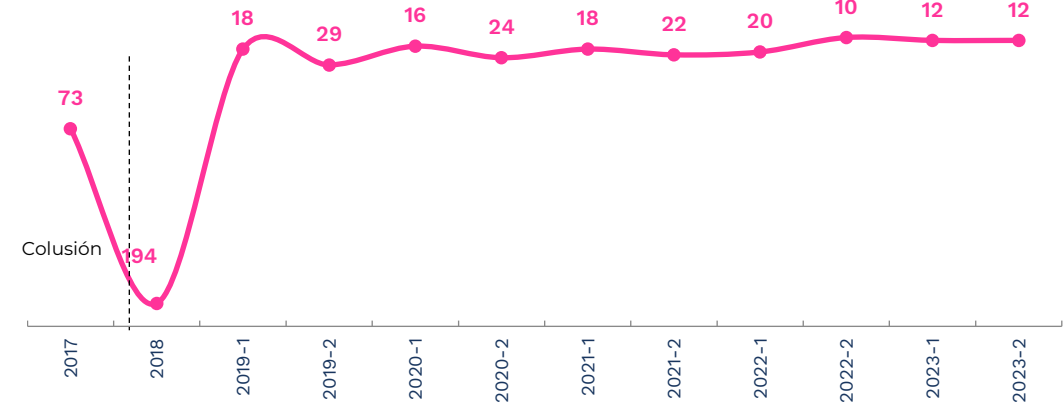


# Marcas Resilientes han atravesado crisis pero han logrado salir de ellas

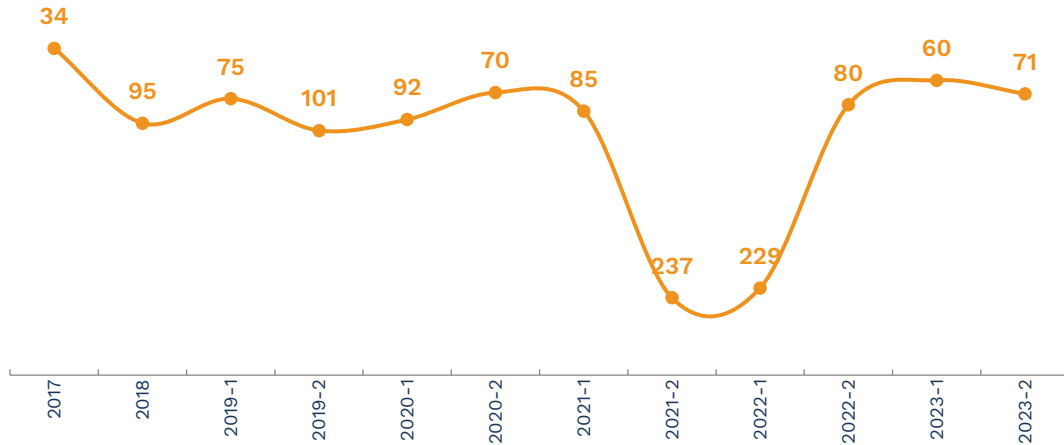
13



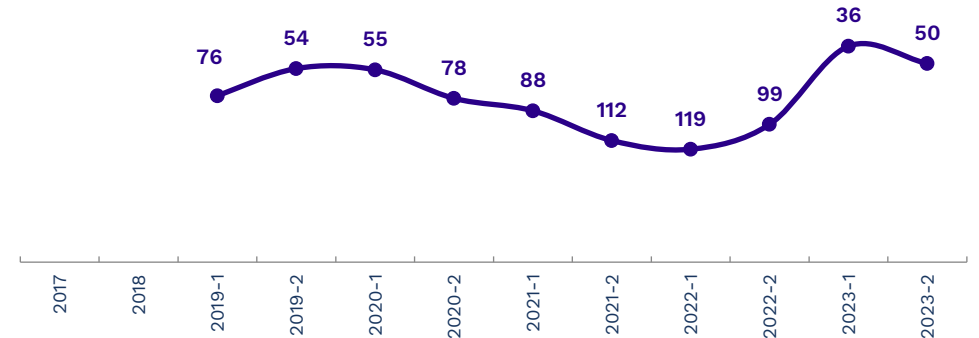
Confort



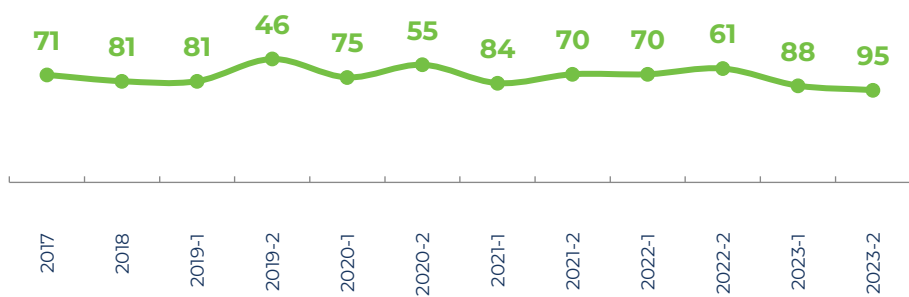
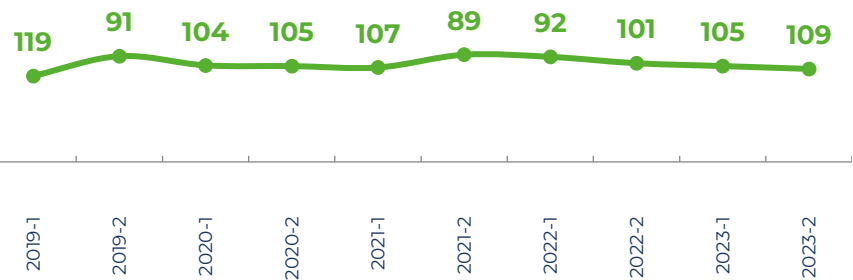
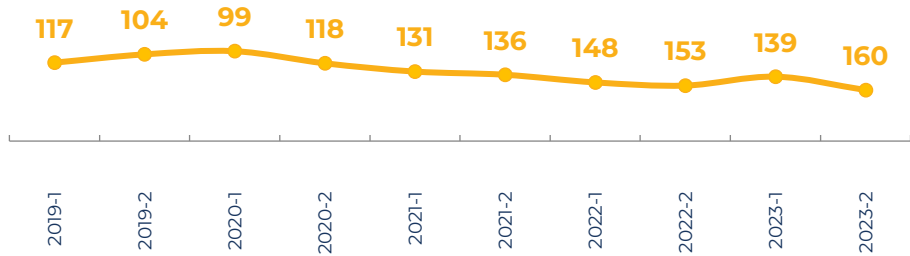
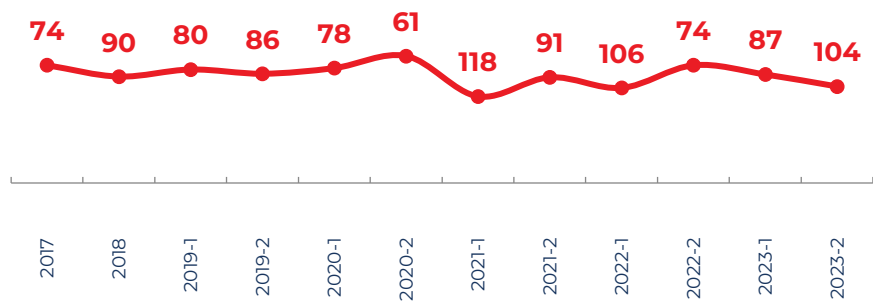
abastible



LATAM AIRLINES

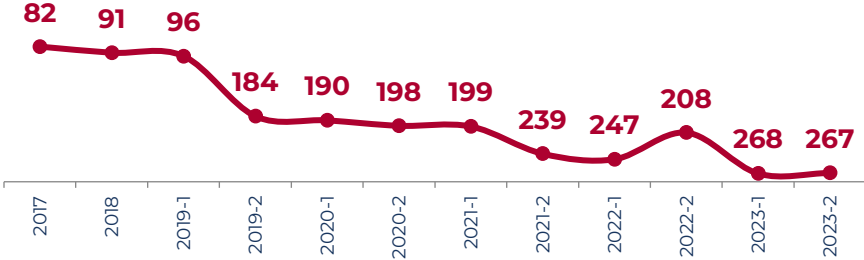


# Marcas Dormidas

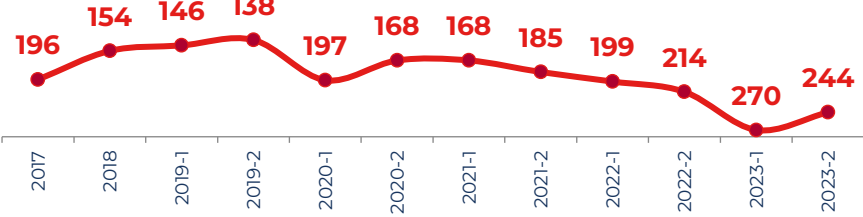


# Marcas Desafiadas

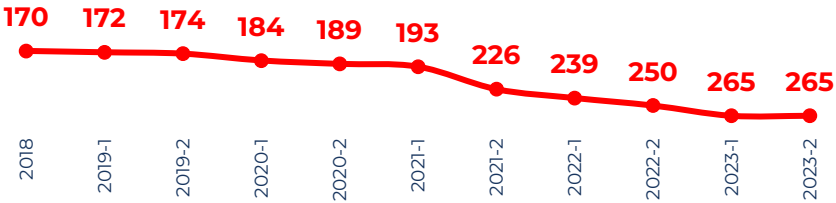
## Marca Telco



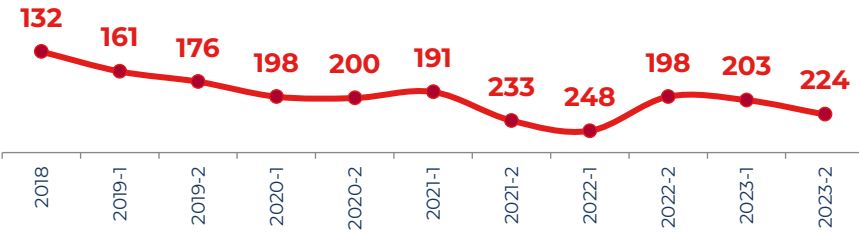
## Marca Retail



## Marca Isapre



## Marca AFP



Zoom a la *presencia,*  
*relevancia y aporte* de  
las marcas



# Modelo Marcas Ciudadanas



+



+



=

 Marcas Ciudadanas

Presencia positiva

Relevancia

Aporte

TOP OF MIND






Comunicación visible  
y memorable











































Presente  
en el día a día






















# Ranking Presencia 2023 – Primer Semestre - TOP 80 Marcas






















 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I	 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I	 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I	 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I
1		= 1	21		↑ 26	41		↑ 55	61		↑ 106
2		= 5	22		= 21	42		↓ 28	62		↑ 71
3		= 2	23		↓ 18	43		↓ 33	63		-
4		= 2	24		↑ 35	44		↓ 38	64		↓ 53
5		↑ 12	25		↑ 36	45		↑ 54	65		= 68
6		= 6	26		↑ 44	46		↑ 59	66		↓ 57
7		↑ 22	27		↑ 42	47		↓ 31	67		↑ 117
8		= 7	28		↓ 16	48		↑ 123	68		↑ 84
9		= 9	29		↓ 24	49		↓ 34	69		↓ 60
10		↓ 4	30		= 27	50		↑ 75	70		↓ 50
11		= 13	31		↓ 14	51		↓ 39	71		↓ 52
12		= 15	32		↑ 41	52		↑ 93	72		↑ 81
13		-	33		↑ 40	53		↑ 65	73		= 70
14		↑ 32	34		= 30	54		↓ 48	74		↑ 124
15		↓ 8	35		↓ 19	55		↓ 47	75		↑ 86
16		↓ 10	36		↓ 29	56		↑ 67	76		↑ 126
17		= 17	37		↑ 43	57		↑ 135	77		-
18		↑ 25	38		↓ 20	58		= 62	78		↑ 116
19		-	39		= 37	59		↓ 45	79		↑ 92
20		↓ 11	40		↑ 64	60		↑ 127	80		= 80

# Ranking Presencia 2023 – Primer Semestre – Marca 81 a Marca 160

 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I
81		= 79
82		↑ 88
83		↑ 91
84		↑ 111
85		↑ 159
86		↑ 100
87		↓ 66
88		↑ 96
89		↓ 49
90		↓ 128
91		↓ 74
92		↑ 115
93		= 94
94		↑ 105
95		↑ 132
96		↑ 108
97		↑ 102
98		↓ 23
99		↑ 133
100		= 101

 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I
101		↑ 158
102		↑ 138
103		↓ 75
104		↑ 129
105		↓ 90
106		= 103
107		↑ 141
108		= 112
109		↓ 95
110		-
111		-
112		↑ 89
113		↓ 73
114		↓ 140
115		↑ 125
116		↓ 110
117		↓ 98
118		↓ 46
119		= 120
120		↓ 72

 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I
121		↓ 104
122		↑ 134
123		-
124		↓ 99
125		↓ 107
126		↓ 118
127		↓ 68
128		↑ 142
129		↓ 114
130		↑ 160
131		↑ 189
132		↑ 175
133		↓ 77
134		-
135		↑ 149
136		↑ 146
137		↓ 119
138		↑ 152
139		= 143
140		↓ 187

 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I
141		↑ 157
142		= 145
143		↓ 63
144		= 148
145		↑ 161
146		↑ 256
147		↑ 168
148		↓ 121
149		↑ 167
150		= 151
151		↓ 144
152		-
153		↑ 176
154		-
155		= 156
156		↓ 139
157		↑ 199
158		-
159		-
160		↑ 191






































# Ranking Presencia 2023 – Primer Semestre – Marca 161 a Marca 220



























Ranking 2023-II	Ranking 2023-I
161	187
162	= 162
163	↑ 190
164	↑ 200
165	= 165
166	↑ 172
167	↓ 122
168	= 164
169	↑ 183
170	= 174
171	↓ 112
172	↓ 166
173	↑ 231
174	↑ 221
175	↑ 184
176	↓ 137
177	-
178	↓ 85
179	↓ 154
180	= 177























Ranking 2023-II	Ranking 2023-I
181	↑ 192
182	↓ 154
183	= 182
184	↓ 178
185	↓ 173
186	195
187	turbus
188	↑ 216
189	= 186
190	↓ 181
191	↑ 197
192	↓ 147
193	↓ 179
194	-
195	-
196	TELE13 RADIO 103.3FM
197	Pullman Bus Santiago
198	↑ 211
199	↑ 204
200	↑ 224

Ranking 2023-II	Ranking 2023-I
201	↓ 196
202	↑ 208
203	Clinica Santa María
204	= 205
205	↓ 193
206	= 209
207	= 206
208	↓ 203
209	↑ 237
210	↓ 194
211	= 207
212	Las Últimas Noticias
213	↑ 225
214	= 217
215	↑ 233
216	= 218
217	↑ 269
218	↓ 213
219	↓ 210
220	↑ 229

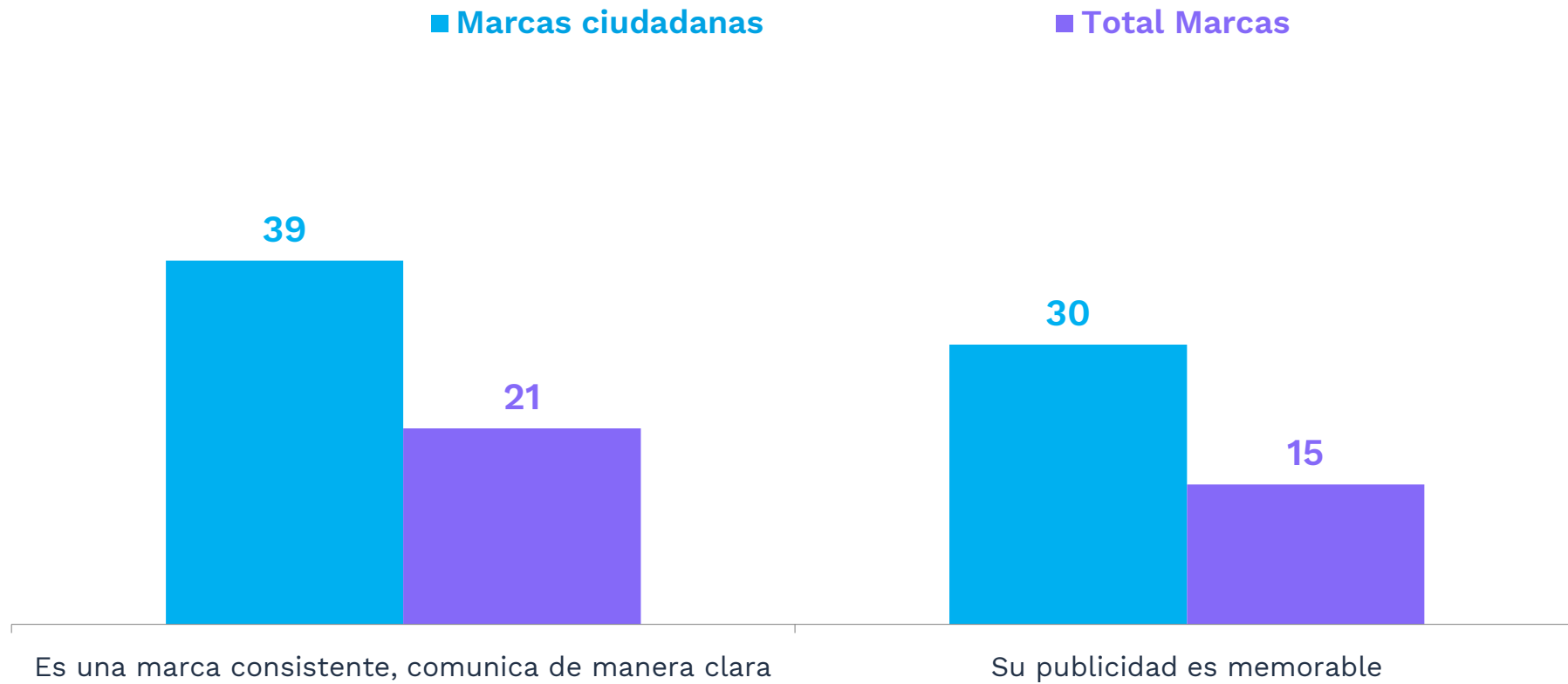
# Ranking Presencia 2023 – Primer Semestre – Marca 221 a Marca 270

 Ranking 2023 -II		 Ranking 2023-I
221		 253
222		 220
223		-
224		 262
225		-
226		 214
227		 238
228		 241
229		 219
230		-
231		-
232		 222
233		 228
234		 202
235		 223
236		-
237		 230
238		-
239		-
240		 245

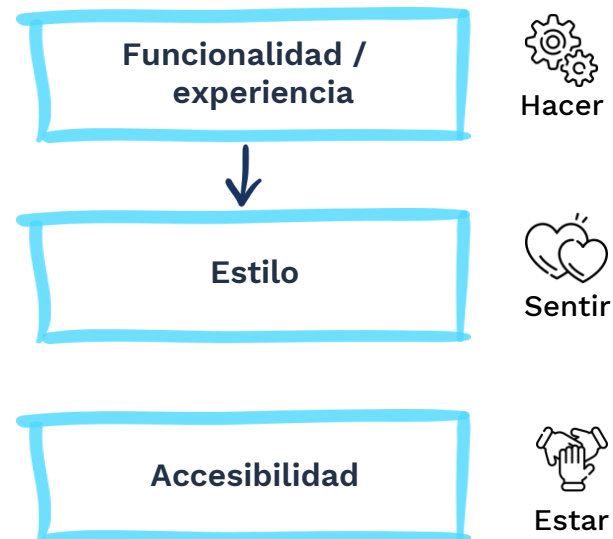
 Ranking 2023 -II		 Ranking 2023-I
241		 240
242		 226
243		 249
244		 234
245		 -
246		243
247		 227
248		 239
249		-
250		 236
251		 235
252		 248
253		 247
254		 254
255		 252
256		-
257		 251
258		 257
259		 261
260		 250

 Ranking 2023 -II		 Ranking 2023-I
261		 260
262		 232
263		 267
264		 266
265		 263
266		 265
267		 264
268		 180
269		 268
270		 270






















# Atributos presencia











# Marcas Ciudadanas Modelo de Relevancia
























# Ranking Relevancia 2023 – Segundo Semestre - TOP 80 Marcas





















































































	 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I
1		=	1
2		=	4
3		↑	10
4		-	-
5		=	8
6		↑	11
7		=	6
8		↓	3
9		↓	4
10		↓	2
11		-	-
12		↑	26
13		↑	19
14		↑	21
15		↓	6
16		=	20
17		=	16
17		=	14
19		=	22
20		↑	25

	 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I
21		↓	13
22		↓	12
23		↑	28
24		=	26
25		↑	33
26		↓	17
27		↑	62
28		↓	8
28		↑	33
30		↑	42
31		↓	23
32		↑	54
33		↑	41
34		=	32
35		↑	47
36		↑	63
37		↑	43
38		↑	46
39		↑	47
40		↑	68






















	 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I
41		↑	49
42		↓	24
43		↑	71
44		↓	39
45		↓	17
46		↑	53
47		-	-
48		↑	116
49		=	45
50		↑	56
51		↓	39
52		↑	100
53		↑	66
54		↓	49
55		=	54
56		=	52
57		↑	77
58		↑	73
59		↓	51
60		↑	64






















	 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I
61		↑	82
62		↑	80
63		↓	56
62		↑	88
65		↑	120
66		↓	35
67		↑	92
68		=	67
69		↑	85
70		↑	102
71		↑	96
72		-	-
72		↓	38
74		↑	80
75		↑	113
76		↑	86
77		=	75
78		↑	115
79		↑	107
80		↑	102






















# Ranking Relevancia 2023 – Segundo Semestre – Marca 81 a Marca 160

 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I	 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I	 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I	 Ranking 2023 -II		Ranking 2023-I
81		↑ 95	101		↑ 112	121		-	141		↓ 117
82		↑ 110	102		↑ 161	122		↓ 60	142		= 141
83		= 87	103		↓ 90	123		↑ 148	143		-
84		↓ 75	104		↑ 155	124		↓ 102	144		= 142
85		= 82	105		↑ 133	125		= 124	145		-
86		↑ 123	106		↑ 167	126		↓ 102	146		↓ 73
87		↑ 128	107		↑ 111	127		↑ 170	147		↑ 157
88		↑ 127	108		↓ 88	128		↓ 117	148		↓ 155
89		↑ 163	109		↑ 131	129		-	149		↑ 162
90		↑ 98	110		↓ 79	130		↑ 164	150		↓ 134
91		↓ 71	111		↓ 78	131		↑ 160	151		-
92		↑ 151	112		↑ 132	132		↑ 137	152		↑ 174
93		↑ 99	113		= 117	133		↑ 145	153		↓ 126
94		↑ 120	114		↓ 109	134		↑ 143	154		↑ 177
94		= 97	115		↓ 69	135		↑ 155	155		-
96		↑ 144	115		↓ 93	136		= 121	156		↑ 202
97		↑ 140	117		↓ 82	137		↑ 148	157		↑ 196
98		↑ 114	118		↑ 129	138		↓ 129	158		-
99		↓ 60	119		↑ 153	139		-	159		-
100		↓ 44	120		↑ 138	140		= 139	160		↑ 174











































# Ranking Relevancia 2023 – Segundo Semestre – Marca 161 a Marca 220









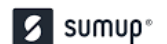




























 Ranking 2023 -II			Ranking 2023-I
161		↓	154
162		↑	184
163		↑	192
164		=	168
165		↑	173
166		↑	174
167		=	171
168		↑	205
169		↑	190
170		↑	153
171		=	189
172		↑	198
173		↓	158
174		↑	183
175		↑	200
176		↑	191
177			-
178		↓	151
179		=	194
180			-

 Ranking 2023 -II			Ranking 2023-I
181			-
182		=	181
183		↓	171
184			-
185		↑	213
186		↓	146
187			-
188		↑	206
189		↓	56
190			-
191		↓	178
192			-
193		↑	203
194		↓	165
195		↓	186
196		=	193
197		↑	203
198		↑	212
199			-
200		↑	258

 Ranking 2023 -II			Ranking 2023-I
201		↓	186
202		↑	233
203		=	207
204		↓	181
205		↓	199
206		↓	194
207		↑	213
208			-
209			-
210		↑	225
211		↓	168
212			-
213		↓	208
214		↑	219
215		↑	222
216		↓	210
217		↑	223
218			-
219		↑	240
220		↓	211

# Ranking Relevancia 2023 – Segundo Semestre – Marca 221 a Marca 270

 Ranking 2023 -II		 Ranking 2023-I
221		 242
222		 215
223		 227
224		 228
225		 195
226		 201
227		 225
228		 211
229		 244
230		 251
231		 215
232		 243
233		 250
234		 237
235		 209
236		 247
237		 215
238		 230
239		 244
240		 220

 Ranking 2023 -II		 Ranking 2023-I
241		 248
242		 221
243		 235
244		 229
245		 197
246		 236
247		 264
248		 236
249		-
250		 239
251		 261
252		-
253		 248
254		-
255		-
256		 240
257		-
258		 256
259		 253
260		 263

 Ranking 2023 -II		 Ranking 2023-I
261		 234
262		 255
263		 246
264		 257
265		 260
266		 253
267		 259
268		 266
269		 265
270		 270

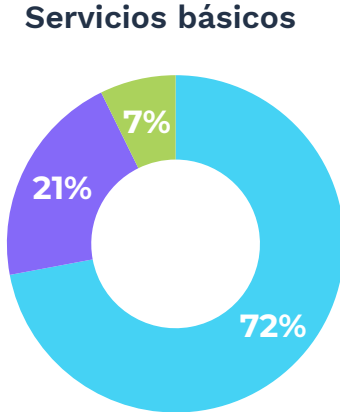
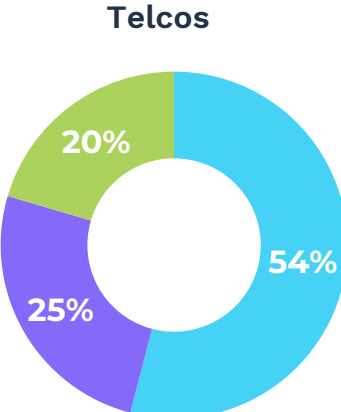
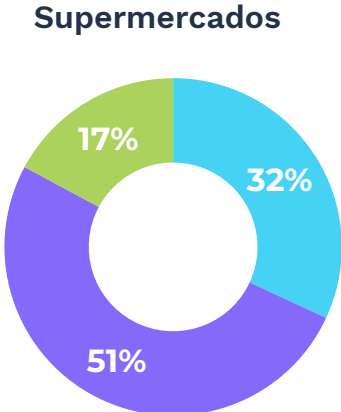
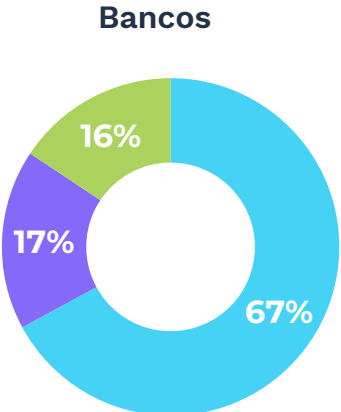
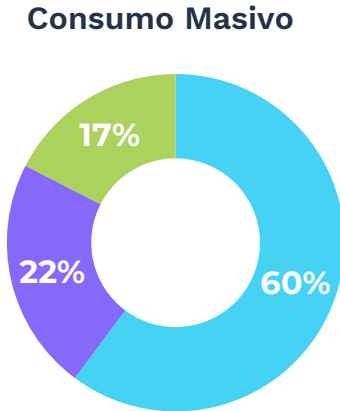
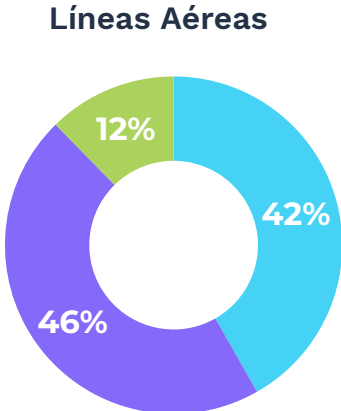
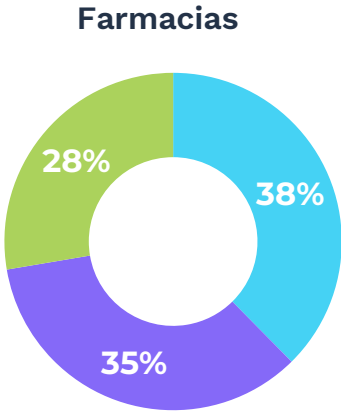
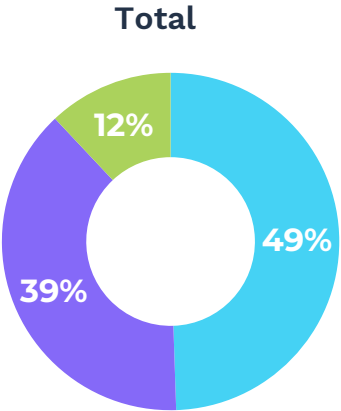


# Dimensiones que sustentan la relevancia de las Marcas Ciudadanas 2023

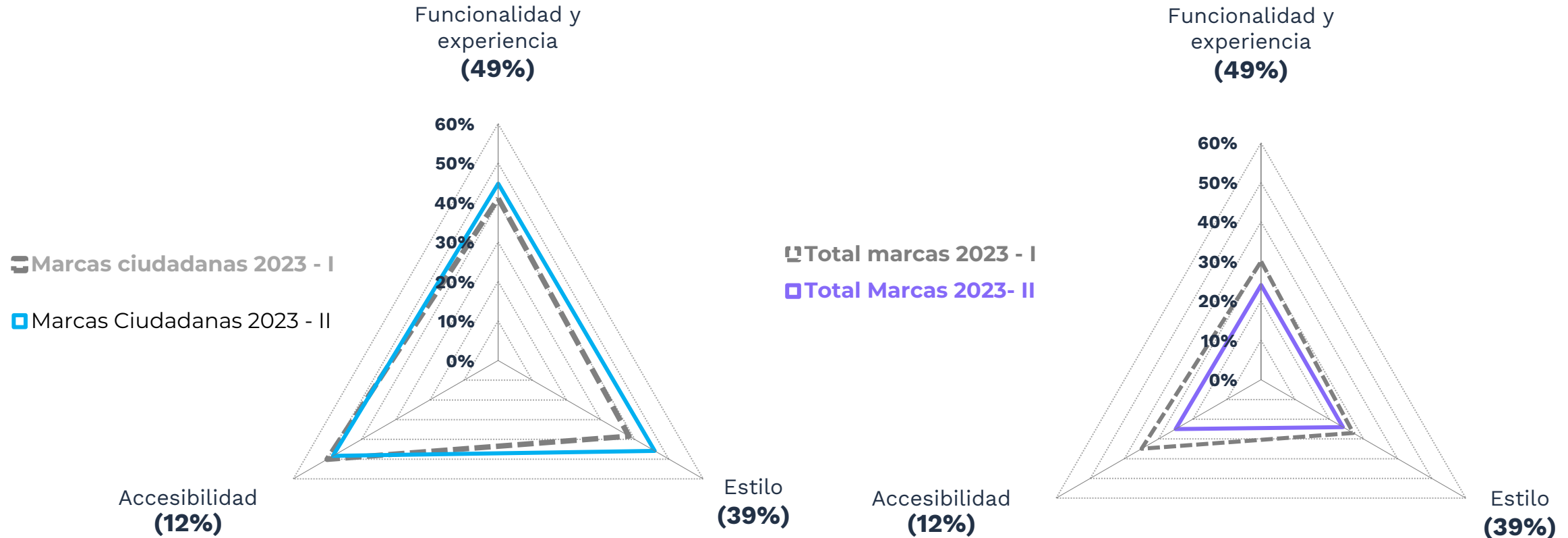


# Dimensiones que sustentan la relevancia de las Marcas Ciudadanas: por industria

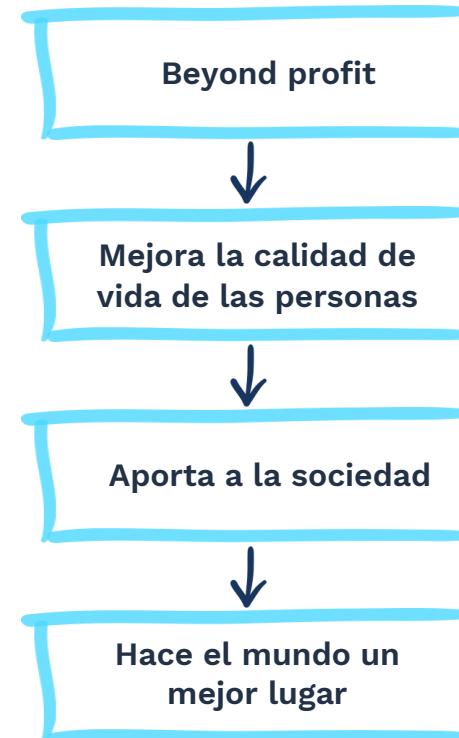
● Funcionalidad ● Estilo ● Accesibilidad







































































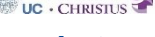















# Desempeño dimensiones de relevancia – Evolutivo



# Marcas Ciudadanas - *Modelo de Aporte*



# Ranking Aporte 2023 – Segundo Semestre - TOP 80 Marcas

	Ranking 2023-II	Aporte 2023-I		Ranking 2023-II	Aporte 2023-I		Ranking 2023-II	Aporte 2023-I		Ranking 2023-II	Aporte 2023-I
	1	 = 3		21	 ↑ 28		41	 ↑ 57		61	 ↑ 72
	2	 ↑ 13		22	 ↑ 38		42	 = 44		62	 ↓ 52
	3	 = 2		23	 = 23		43	 ↓ 16		63	 ↑ 69
	4	 ↑ 9		24	 = 26		44	 ↑ 54		64	 ↑ 79
	5	 = 1		25	 = 25		45	 -		65	 ↓ 30
	6	 ↑ 14		26	 ↑ 46		46	 ↑ 70		66	 ↑ 75
	7	 ↑ 12		27	 ↓ 19		47	 -		67	 ↓ 60
	8	 = 7		28	 ↑ 41		48	 ↓ 29		68	 -
	9	 = 8		29	 = 32		49	 ↓ 24		69	 -
	10	 = 6		30	 = 31		50	 -		70	 -
	11	 -		31	 ↓ 17		51	 ↓ 38		71	 ↑ 94
	12	 ↓ 5		32	 = 36		52	 ↓ 33		72	 ↓ 64
	13	 -		33	 ↑ 55		53	 ↓ 34		73	 -
	14	 ↑ 20		34	 ↑ 62		54	 ↓ 37		74	 ↑ 85
	15	 ↓ 10		35	 ↑ 49		55	 = 59		75	 ↓ 67
	16	 ↓ 4		36	 ↑ 53		56	 ↓ 42		76	 ↓ 65
	17	 = 21		37	 ↓ 15		57	 ↓ 43		77	 ↑ 111
	18	 ↓ 11		37	 = 35		58	 ↓ 22		78	 -
	19	 = 18		39	 ↓ 26		59	 ↓ 44		79	 ↓ 56
	20	 -		40	 ↑ 65		60	 ↑ 72		80	 ↓ 46

# Ranking Aporte 2023 – Segundo Semestre - Marca 81 a Marca 160

Trofeo	Ranking 2023-II	Aporte 2023-I	Trofeo	Ranking 2023-II	Aporte 2023-I	Trofeo	Ranking 2023-II	Aporte 2023-I	Trofeo	Ranking 2023-II	Aporte 2023-I
	81	90		101	118		121	111		141	137
	82	87		102	76		122	80		142	150
	83	123		103	105		123	116		143	138
	84	96		104	110		124	122		144	175
	85	50		105	-		125	108		145	107
	86	94		106	-		126	130		146	135
	87	71		107	111		127	101		147	117
	88	-		108	91		128	84		148	127
	89	51		109	101		129	109		149	209
	90	48		110	170		130	166		149	147
	91	67		111	120		131	57		151	89
	92	74		112	149		132	124		152	147
	93	63		113	139		133	213		152	111
	94	81		114	-		134	-		154	159
	95	118		115	78		135	172		155	-
	96	60		116	121		136	221		156	-
	97	-		117	87		137	144		157	140
	98	77		118	103		138	129		158	143
	99	81		119	85		139	155		159	133
	100	91		120	83		140	128		160	124

# Ranking Aporte 2023 – Segundo Semestre– Marca 161 a Marca 220

Ranking 2023 -II	Aporte 2023-I	Ranking 2023 -II	Aporte 2023-I	Ranking 2023 -II	Aporte 2023-I						
161	adidas	↓	98	181	Claro	↑	210	201	PETROBRAS	↓	184
162	Pullman Bus	-	-	182	PUMA	=	179	202	Reebok	↓	180
163	La Preferida	↓	158	183	Scotiabank	↓	166	203	P&G	↓	162
164	La Crianza	↓	130	184	DIRECTV	↑	189	204	Brésler	-	-
165	Bci	↑	188	185	COSTANERA	↓	154	205	Banmédica	↓	196
166	Shell	↓	152	186	SKY	↓	104	206	Heineken	↑	232
167	Aritzia	↓	155	187	enex	=	186	207	amazon	↓	170
168	gourmet	=	172	188	mundo	↑	221	208	BURGER KING	↓	183
169	PARQUE RECUERDO	↓	136	189	ParqueArauco	↓	159	209	Salfa	-	-
170	Costa	↓	142	190	BHP	=	191	210	PORTAL	-	-
171	Cuenta FAN	=	174	191	consalud	↑	204	211	Toyota	↓	206
172	RIPLEY	↓	151	192	Gato	↑	239	212	Dominos	↑	238
173	tenpo	↓	161	193	PAPA JOHNS	↑	202	213	sumup	↓	196
174	kunstmann	↑	205	194	IKEA	↓	182	214	CHEVROLET	↓	203
175	BANQUETE	↑	190	195	Starbucks	↓	166	215	Pizza-hut	↑	233
176	Casillero del Diablo	=	180	196	CRISTAL	↑	228	216	Scotia	↑	235
177	pluto TV	↑	191	197	ALTO LAS CONDES	=	193	217	VIVO	↑	225
178	pluto TV	-	-	198	MetLife	↑	210	218	ZAPPING	-	-
179	McDonald's	↓	164	199	Softys	-	-	219	CruzBlanca	↓	199
180	MACH	↓	130	200	AliExpress	↓	152	220	ROYAL GUARD	↑	239

# Ranking Aporte 2023 – Segundo Semestre– Marca 221 a Marca 270

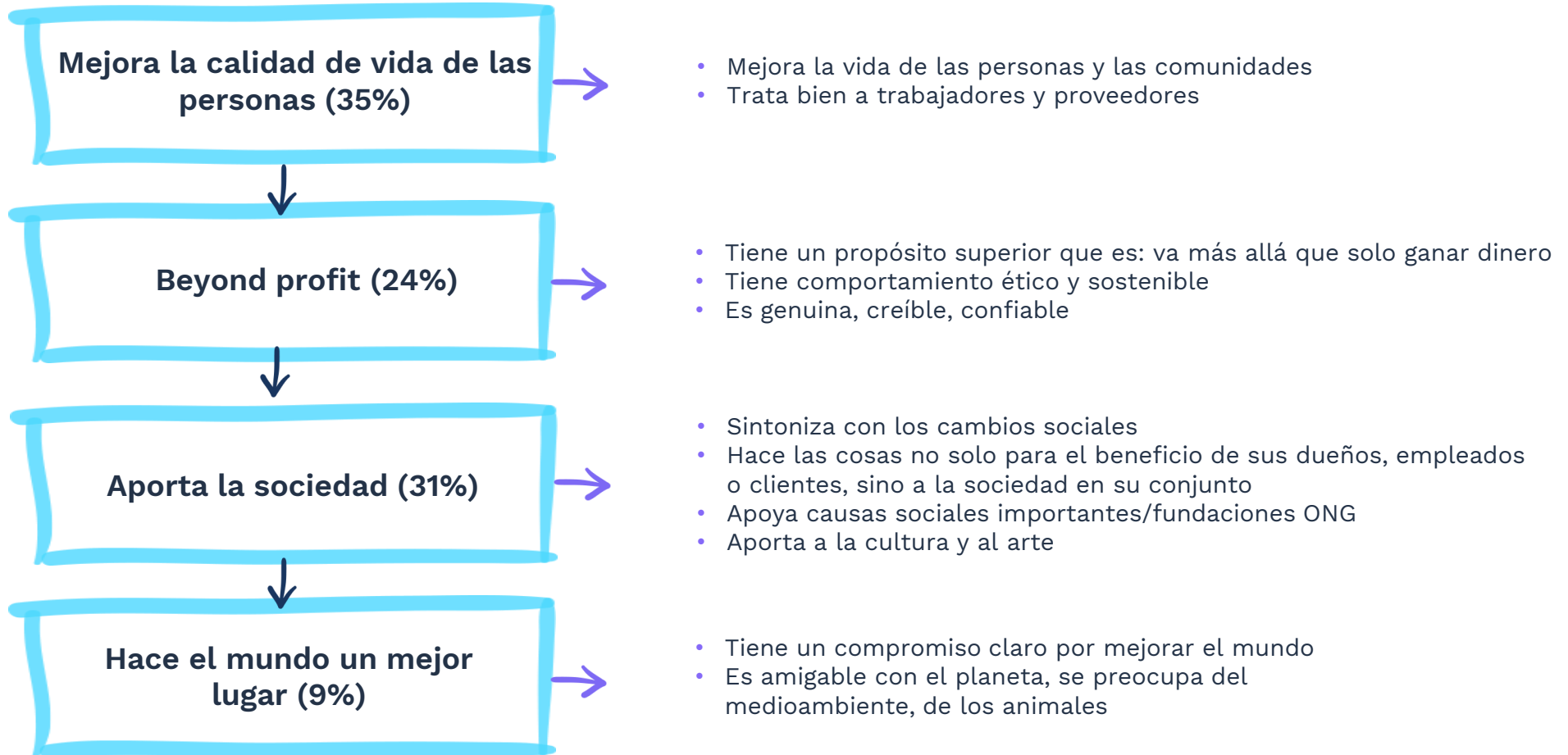
Ranking 2023 -II	Aporte 2023-I
221	Corona ↑ 228
222	Mistral ↑ 245
223	banco ripley ↑ 264
224	Getnet = 226
225	Itaú ↑ 260
226	JetSMART ↓ 133
227	ZURICH ↑ 255
228	HYUNDAI -
229	Colmena ↓ 198
230	compraquí de BancoEstado = 233
231	OXO ↓ 213
232	KIA ↓ 224
233	HABITAT Seguridad y Confianza ↓ 184
234	sura ↑ 248
235	FLORIDA CENTER ↓ 178
236	NISSAN ↓ 206
237	UNDER ARMOUR ↓ 227
238	MELT ↓ 219
239	ALTO CARMEN ↑ 251
240	SUZUKI = 239

Ranking 2023 -II	Aporte 2023-I
241	CONSORCIO ↑ 268
242	CORONA ↑ 250
243	SHEIN ↓ 230
244	DBS ↑ 257
245	nueva másvida ↓ 217
246	Redelcom LA RED DEL COMERCIO -
247	AFP Capital ↓ 230
248	ProVidaAFP ↓ 213
249	tricot ↓ 244
250	afp modelo ↓ 212
251	ESCUDO ↑ 262
252	BANCO BICE ↑ 267
253	MG = 252
254	Esencial ↓ 245
255	Cuprumafp ↓ 223
256	Mazda ↓ 218
257	DERCO ↓ 235
258	upa! ↓ 220
259	LOS TILLOS -
260	abcdin = 258

Ranking 2023 -II	Aporte 2023-I
261	Cuenta Corriente Santander life = 260
262	hites = 259
263	OPEN ↓ 248
264	BANCO security ↑ 269
265	Capel ↓ 256
266	spació1 ↓ 252
267	AFP PlanVital ↓ 245
268	uno afp ↓ 235
269	laPolar. = 265
270	gtd ↓ 243



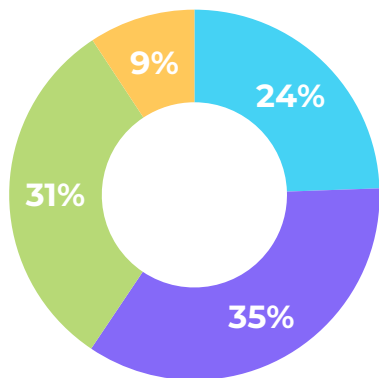
# Modelo de Aporte



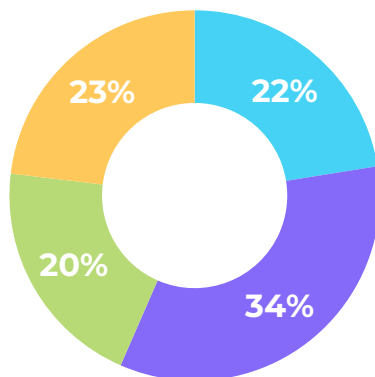
# Dimensiones que sustentan el aporte de las Marcas Ciudadanas: por industria

● Beyond profit ● Mejora calidad vida ● Aporta a la sociedad ● Hace el mundo un mejor lugar

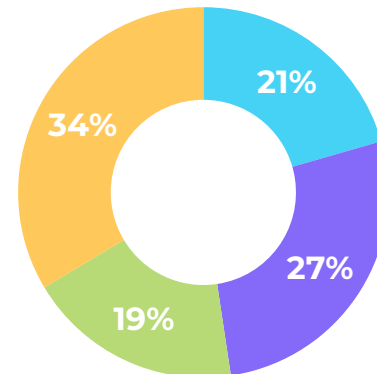
Total



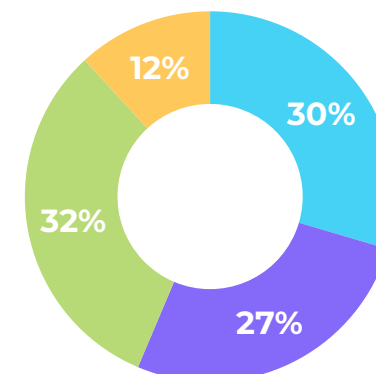
Farmacias



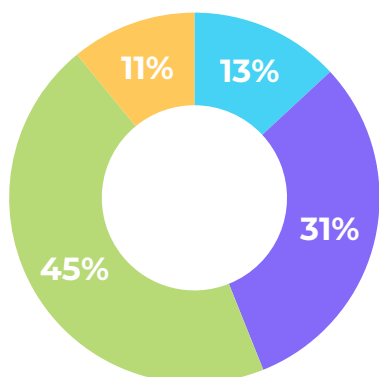
Líneas Aéreas



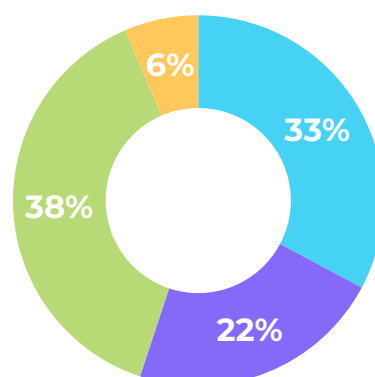
Consumo masivo



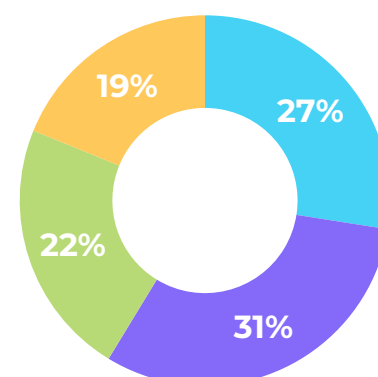
Bancos



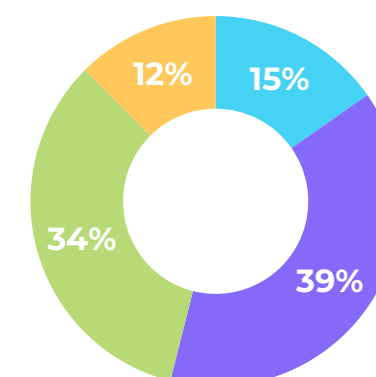
Supermercados



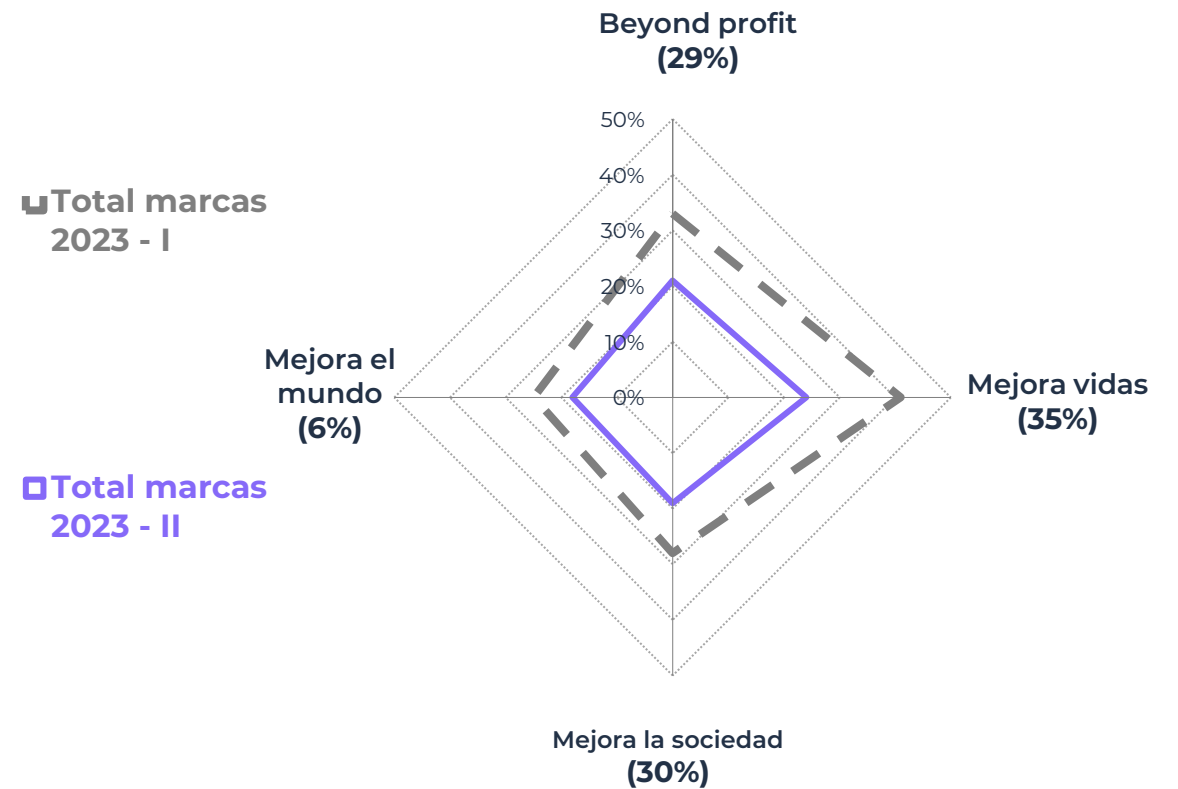
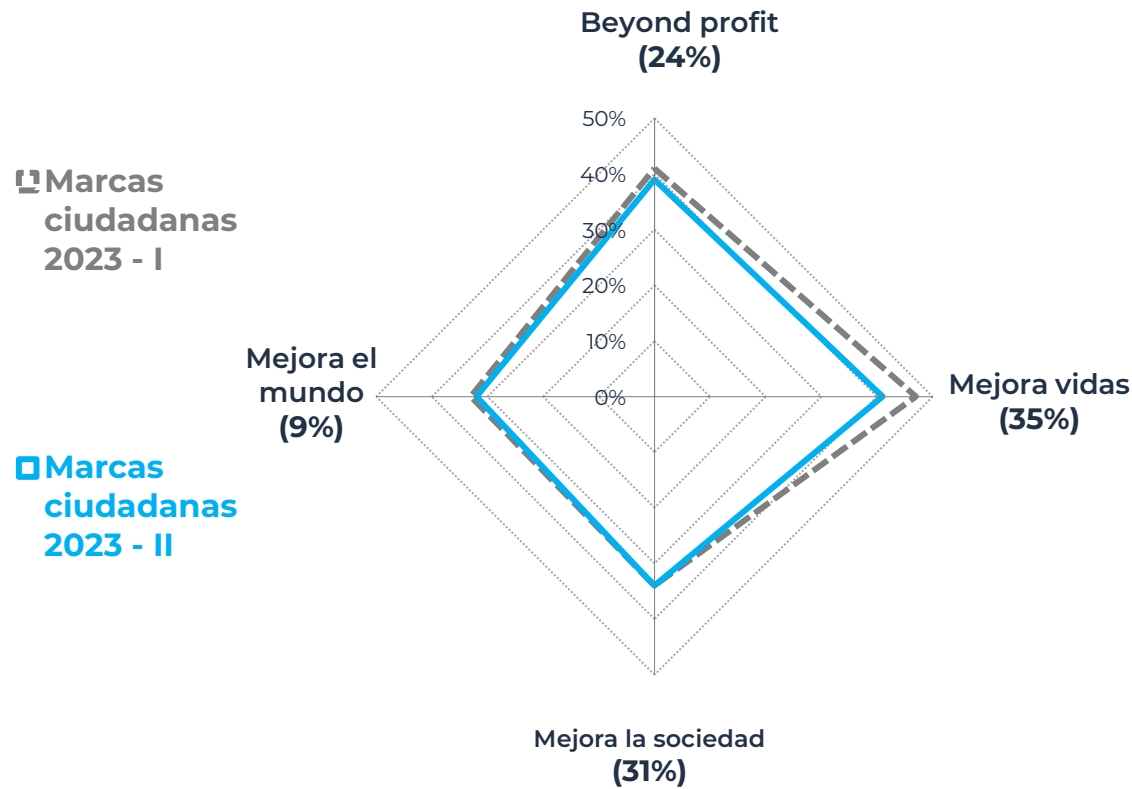
Telcos




Servicios básicos



# Desempeño dimensiones de relevancia - Evolutivo





**Marcas  
Ciudadanas en  
segmento líderes  
empresariales**

## Metodología

Encuesta auto administrada enviada vía mail a una BBDD propia de Cadem de líderes del mundo empresarial.

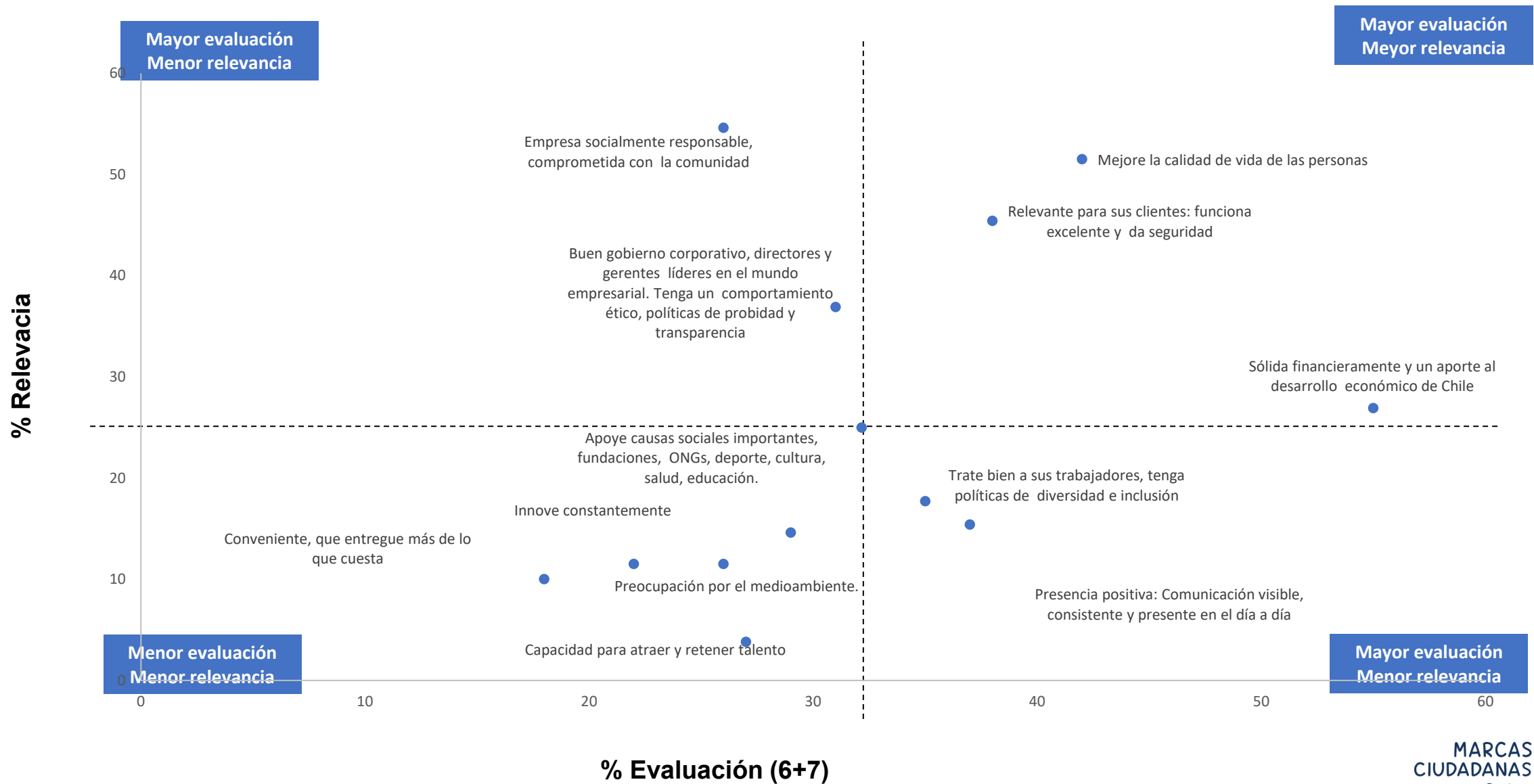


### **Segundo semestre**

(Campo realizado durante octubre de 2023)

**casos totales 300**

# Evaluación y relevancia atributos de las empresas/marcas

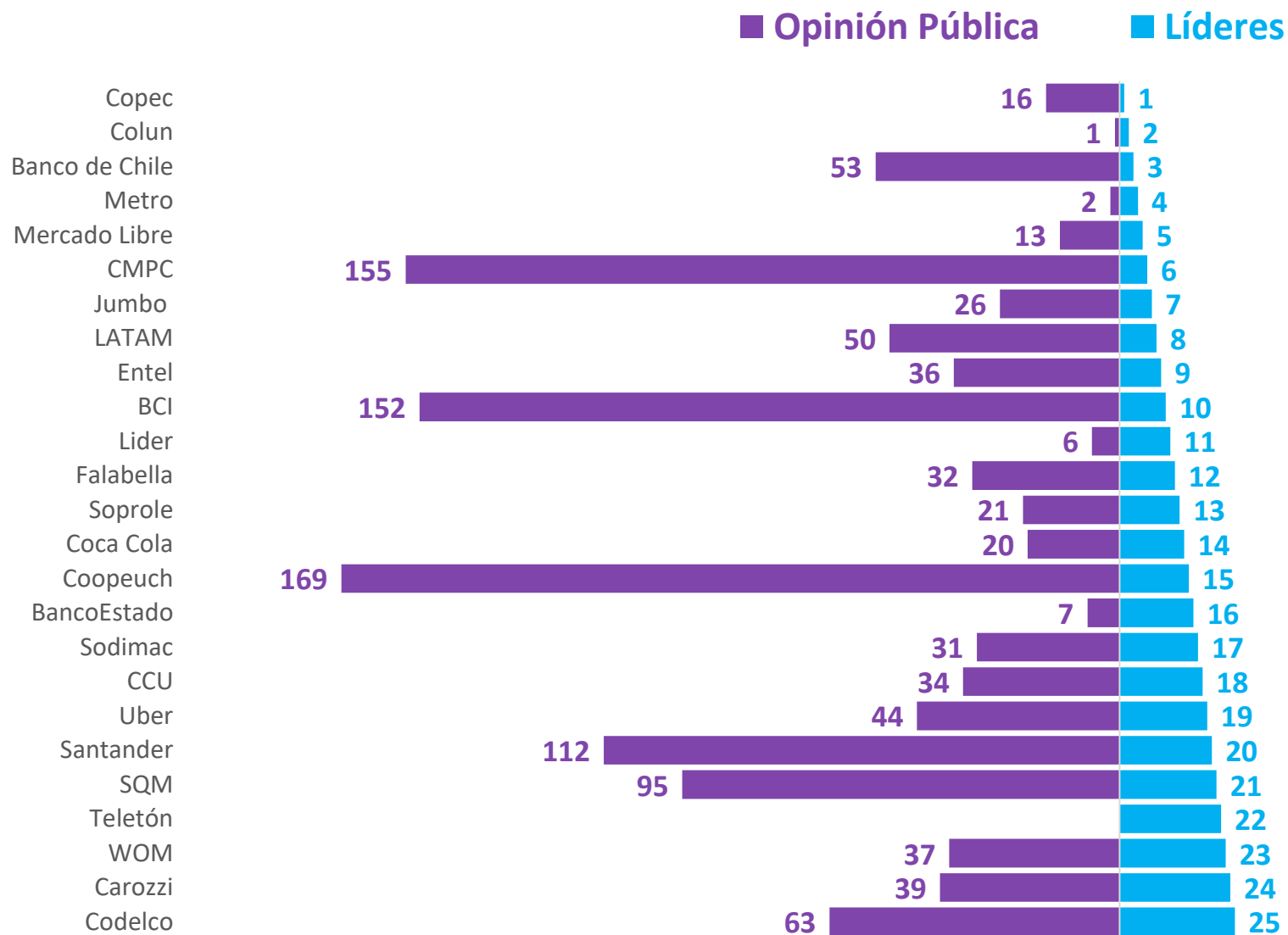


# Marcas Ciudadanas 2023 – Segundo Semestre - Líderes



1.		11.		21.	
2.		12.		22.	
3.		13.		23.	
4.		14.		24.	
5.		15.		25.	
6.		16.		26.	
7.		17.		27.	
8.		18.		28.	
9.		19.		29.	
10.		20.		30.	

# Marcas Ciudadanas 2023 – Segundo Semestre – Opinión pública vs Líderes





# Empresarios destacados por impulsar empresas / marcas ciudadanas



Ranking

1. Andrónico Luksic

2. Horst Paulmann

3. Roberto Angelini

4. Luis Enrique Yarur

5. Matías Muchnick

6. Juan Sutil

7. Eliodoro Matte

8. Holger Paulmann

9. Daniel Daccarett

10. Gonzalo Bofill



# Ejecutivos destacados por impulsar empresas / marcas ciudadanas



- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

Alan Meyer

Patricio Jottar

Eduardo Ebensperger

Francisco Ruiz-Tagle

Luis Felipe Gazitúa

Rodrigo Silva

Alejandra Mustakis

Francisco Pérez Mackenna

Ricardo Ramos

Daniel Tugues



*Chile parece ser un país adolescente, deprimido, sin futuro, PERO deseoso de encontrar una brújula y una guía para saber hacia dónde ir.*

*Soñamos con ser un país más equitativo, seguro, sustentable y con una democracia sólida que priorice las necesidades de los ciudadanos. Un país más justo, desarrollado y maduro. Un país donde la movilidad social aún es posible,*

*¿Existirá un camino y los liderazgos, empresas, marcas para lograrlo?*

XIII versión  
**Marcas Ciudadanas:**  
**Compromiso**



Segundo semestre 2023