

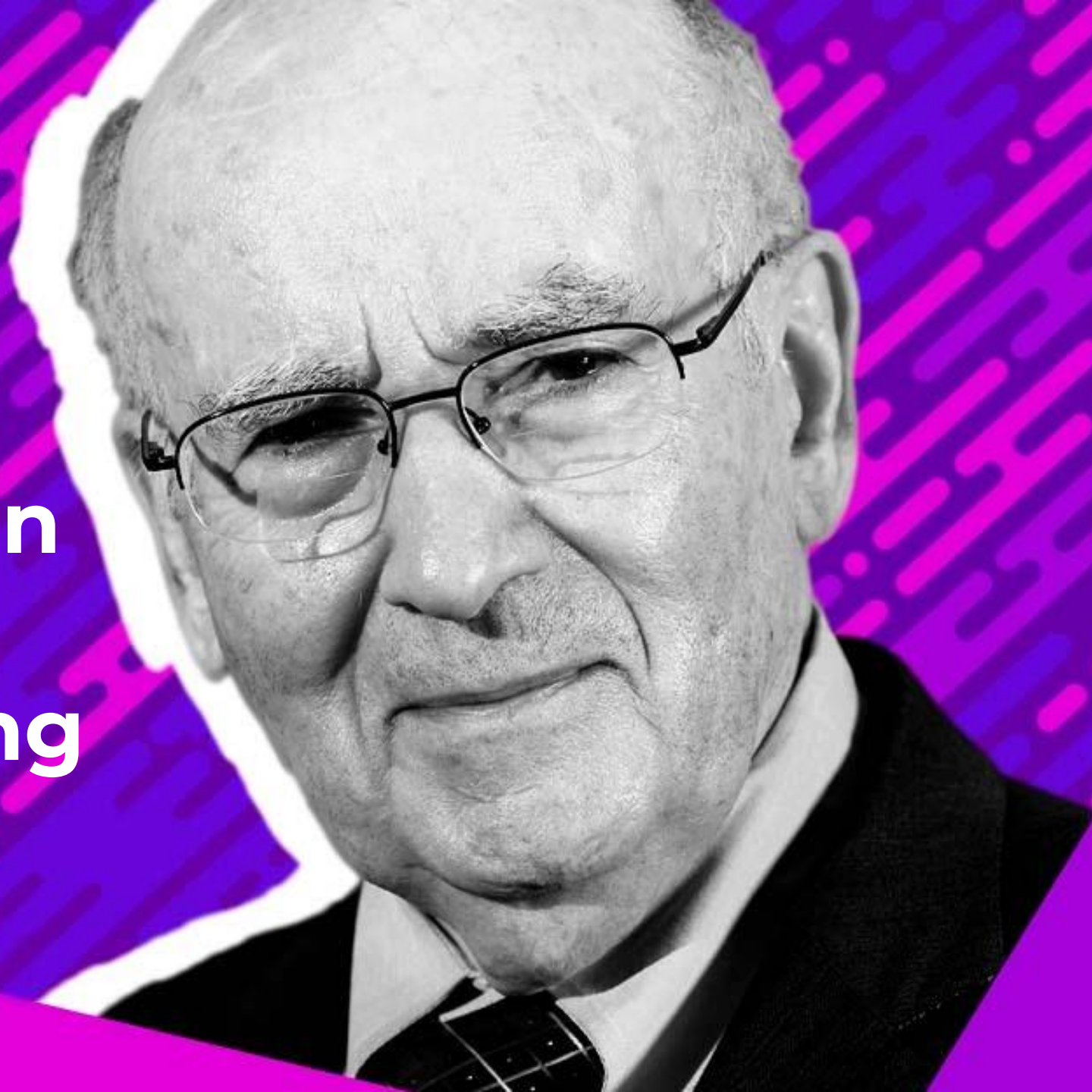
# XI versión de Marcas Ciudadanas: La relevancia del propósito

Segundo semestre 2022






# Evolución del Marketing



# La evolución del Marketing de Kotler







# Hacer muebles elegantes asequibles

Text till detalj  
interiör finner Ni  
på sid. 7.

**Katalog**  
**1965** B

MÖBEL

**IKEA**

ALMHULT



*Coca-Cola*

Juntos  
hacemos  
magia




Refrescar al mundo



**Transformar la forma  
cómo la gente disfruta  
de la tecnología**







**Acelerar la transición  
del mundo hacia la  
energía sustentable**

**TOMORROW.  
TODAY.**

<https://www.teslamotors.com>




# patagonia

A pair of hands is shown holding a small, realistic globe of the Earth. The hands are positioned in the lower half of the frame, with fingers gently cupping the globe. The background is dark, making the hands and the globe stand out. The word 'patagonia' is written in a large, white, sans-serif font across the top of the image, slightly blurred.

**Estamos en este  
negocio para salvar el  
planeta**





**Aprendizajes de XI  
versiones de Marcas  
Ciudadanas**

# #1

**No tener miedo a  
comunicar:  
lo que no se comunica  
no existe**





# #2

**Consumidor/cliente  
está al centro del  
negocio**



# #3

**Impactar en las personas y la sociedad debe hacerse desde la propuesta de valor, a través de su producto o experiencia**





# #4

Aporte debe ser  
consistente y permear  
la identidad de la  
marca



# #5

Propósito genuino y  
movilizador impulsa  
decisiones, inspira a  
trabajadores y atrae  
clientes





# #6

Entender que el poder  
está en crisis y situarse  
en la posición correcta







# El desafío de construir Marcas Ciudadanas





## ¿Qué significa ser una Marca Ciudadana?

Las 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. 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?



# Estudiamos 252 Marcas el segundo semestre de 2022



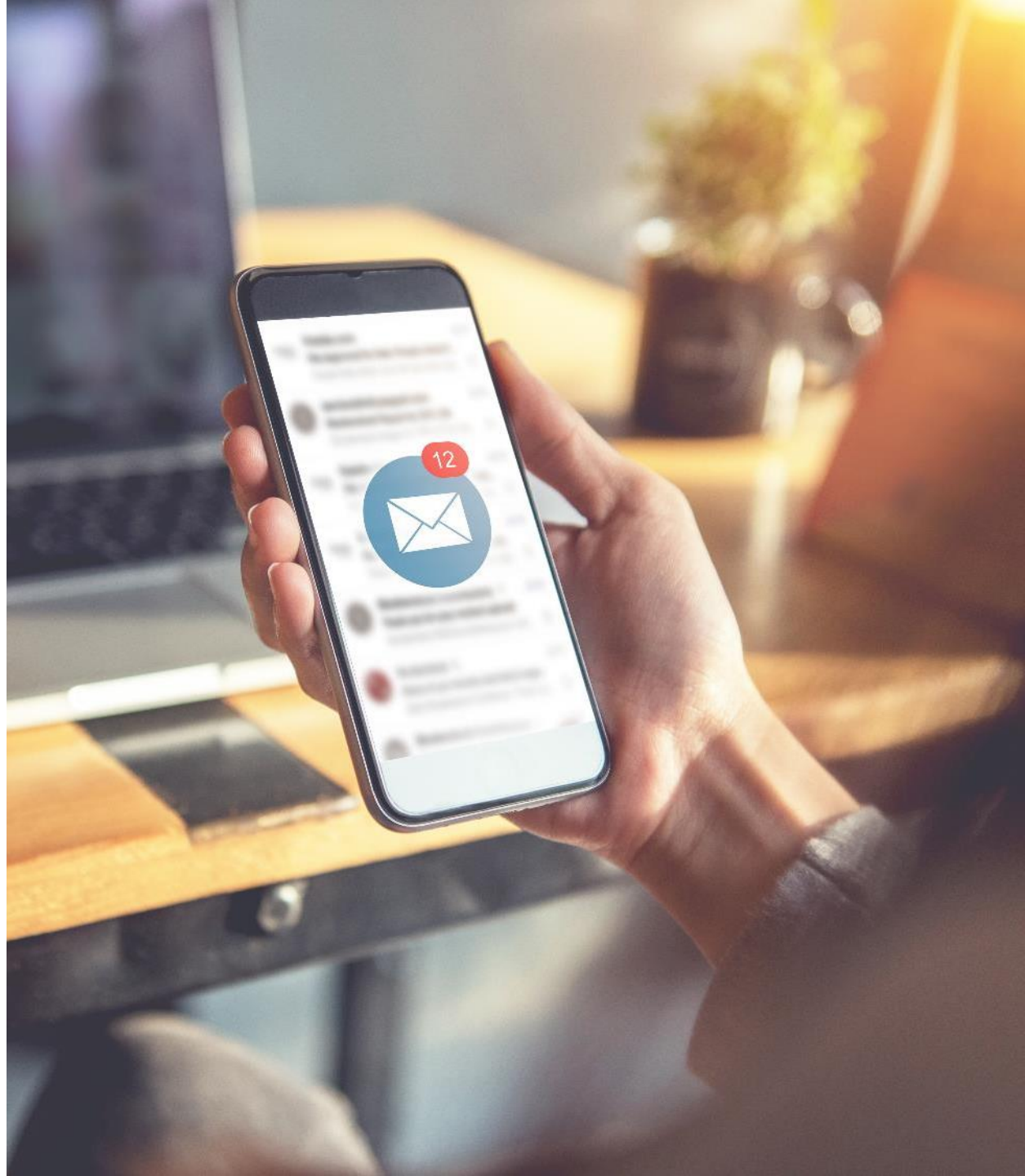


## Metodología

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

**Segundo semestre 2022**  
(Campo realizados entre el 19 de octubre y  
el 14 de noviembre)  
**casos totales 5.460**

\*En esta medición realizamos 300 encuestas por marca



# Modelo Marcas Ciudadanas



**Presencia  
Positiva**

+



**Relevancia**

+



**Aporte**

=



**Marcas  
Ciudadanas**

**TOP OF MIND**

**Comunicación visible y memorable**

**Presente en el día a día**

**Funcionalidad / experiencia**

**Estilo**

**Accesibilidad**

**Beyond profit**

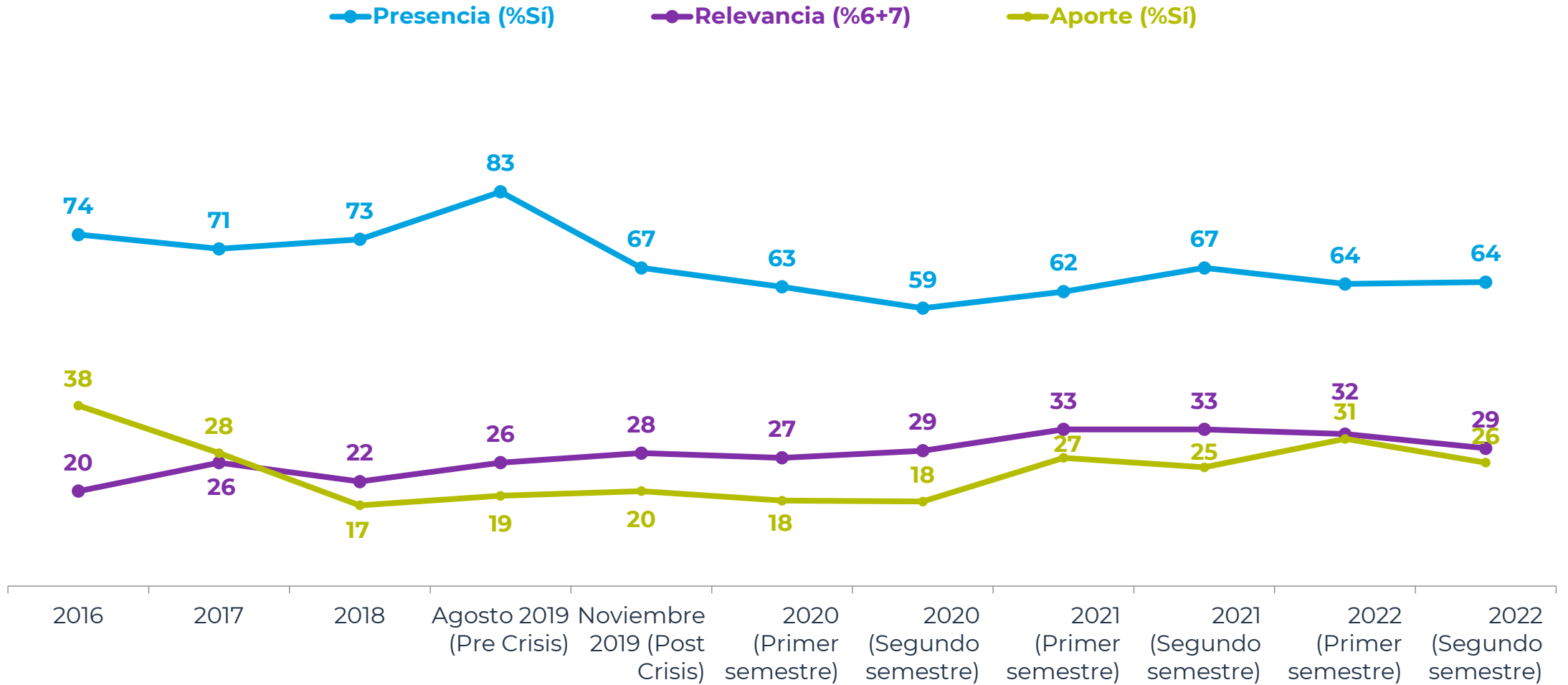
**Mejora la calidad de vida de las personas**

**Aporta a la sociedad**

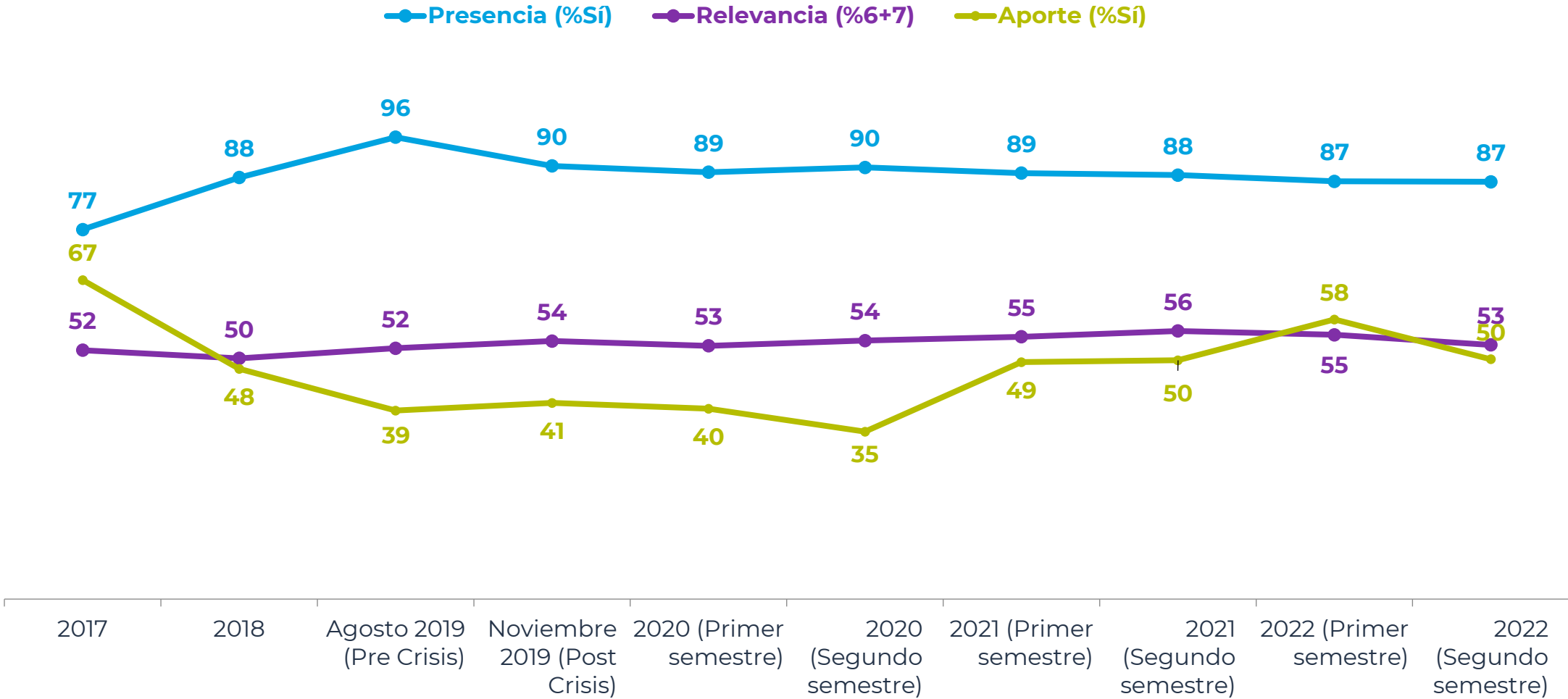
**Hace el mundo un mejor lugar**



# Evolutivo Total Marcas



# Evolutivo Marcas Ciudadanas

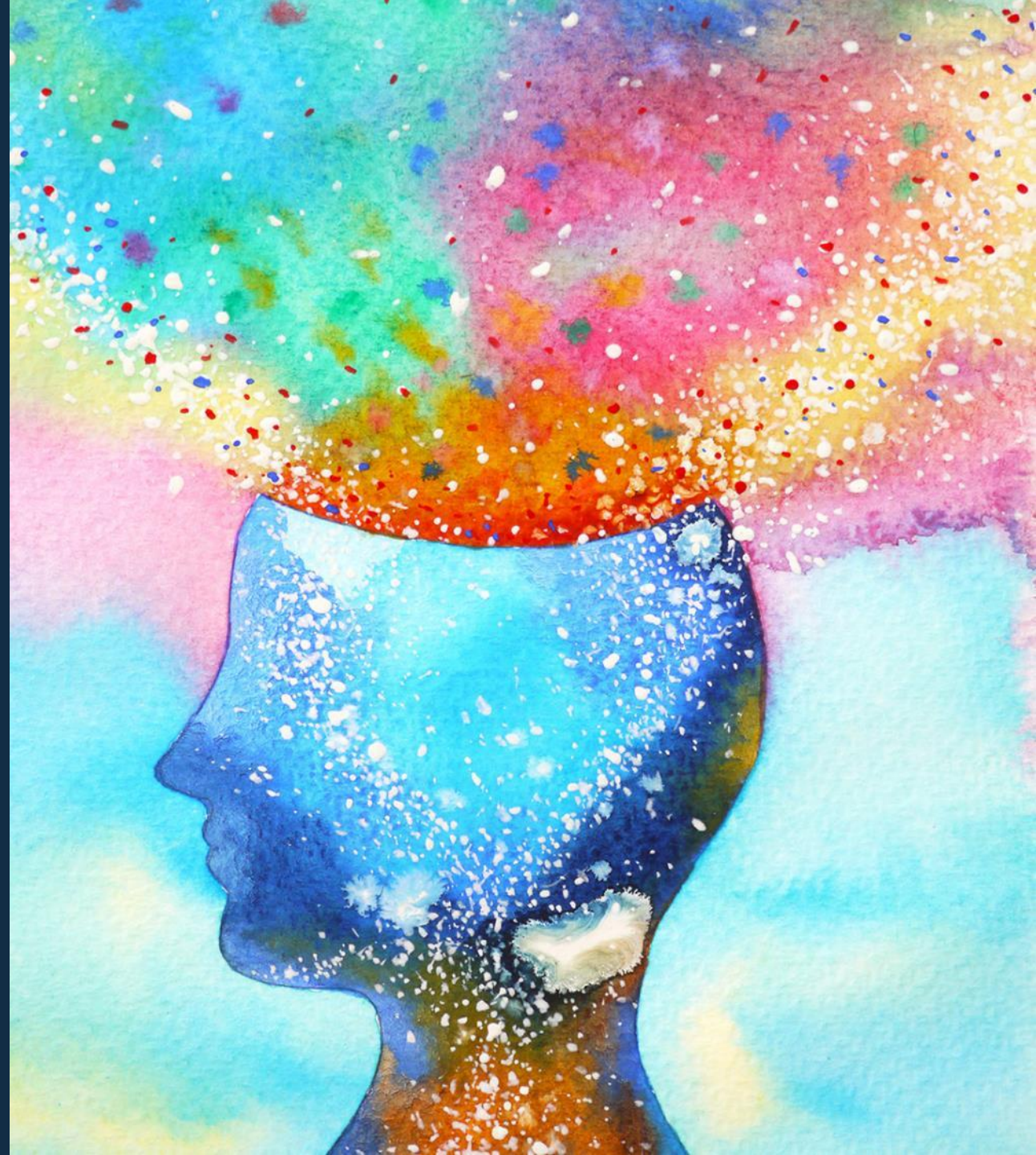




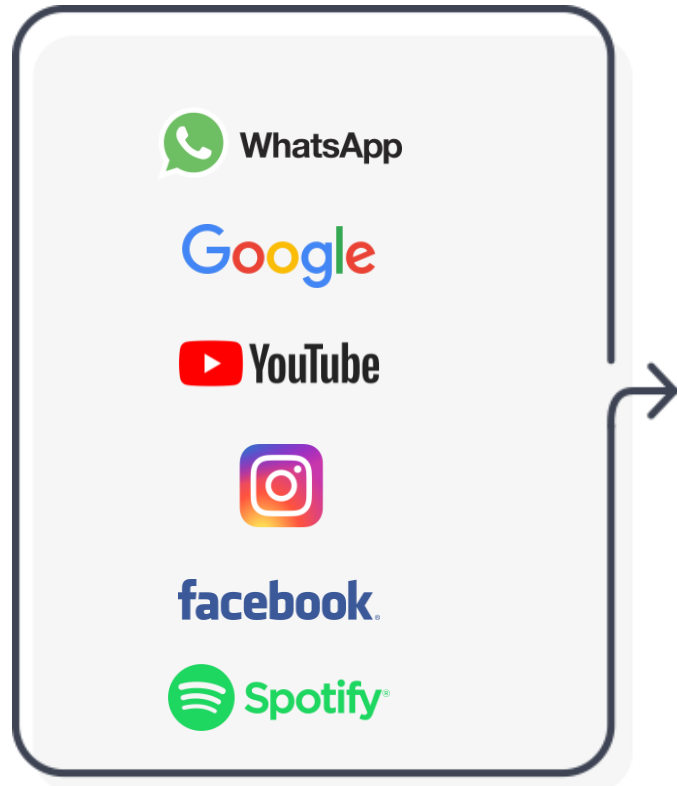


## Ranking de Marcas Ciudadanas 2022

Son 33 marcas que destacan del resto. Desde su propósito logran hacerse visibles.



# Marcas Ciudadanas por Excelencia



Desde 2016, año de la primera medición de este ranking, un grupo pequeño de marcas siempre ha sido considerado por los chilenos como Marcas Ciudadanas. Son aquellas que, en resumen, nos simplifican la vida frente a la complejidad que trae consigo la transformación digital y que han colaborado en hacer de la sociedad un mejor lugar para vivir.

WhatsApp, Google, Instagram, Youtube, Facebook y Spotify han liderado este ranking históricamente y este 2022 queremos reconocerlas como Marcas Ciudadanas por Excelencia.



# Marcas Ciudadanas 2022 – Segundo Semestre



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

# Marcas Ciudadanas 2022 – Salen, se mantienen y entran



Marcas que salen



Marcas que se mantienen



Marcas que entran





# Ganadores por categoría





















































Accesorios de cocina	AFPs	Aguas y Bebidas	Apps de transportes	Bancos	Bebidas alcohólicas	Cajas y otros
			Uber			
Canales de pago	Cuentas digitales	Centros comerciales	Comida rápida	Concesionarias y autos	Consumo masivo	Corporativas
	MACH				NESCAFÉ	
Cuidado personal y del hogar	Delivery	Estaciones de servicio	Farmacias	Higiene del hogar	Industrias	Isapres
						
Marketplace	Medios de comunicación	Pago electrónico	Multicategoría	Perfumerías	Retail	Carnes y cecinas
						
Salud	Seguros	Servicios	Supermercados	Tarjetas	Entretención	Tecnología
						
Tiendas de conveniencia	TV	Telcos	Viajes y medios de transporte y correos	Vestuario		
	NETFLIX					

# Ranking global 2022 – Segundo Semestre - TOP 80 Marcas

 Ranking 2022-II		Ranking 2022-I	 Ranking 2022-II		Ranking 2022-I	 Ranking 2022-II		Ranking 2022-I	 Ranking 2022-II		Ranking 2022-I
1		= 3	21		↑ 42	41		↑ 57	61		↑ 70
2		↑ 9	22		↓ 11	42		↑ 71	62		-
3		= 7	23		↑ 54	43		↓ 38	63		↓ 27
4		↑ 10	24		↑ 34	44		↓ 30	64		↓ 58
5		= 5	25		↑ 33	45		= 48	65		= 64
6		↑ 22	26		↓ 21	46		↑ 226	66		↓ 31
7		= 8	27		= 28	47		↓ 37	67		↓ 50
8		-	28		↑ 45	48		↑ 93	68		-
9		↑ 39	29		↑ 35	49		↑ 60	69		↑ 80
10		↑ 20	30		↑ 47	50		↓ 40	70		↑ 77
11		= 13	31		↑ 44	51		-	71		↑ 100
12		= 16	32		= 32	52		↑ 61	72		= 74
13		↑ 23	33		↓ 24	53		= 56	73		= 76
14		= 12	34		↑ 41	54		↑ 62	74		↑ 107
15		↑ 26	35		↑ 46	55		↑ 63	75		↑ 82
16		= 15	36		↑ 66	56		-	76		-
17		= 17	37		↑ 53	57		↓ 49	77		= 81
18		↑ 25	38		↑ 52	58		↑ 88	78		↑ 89
19		↑ 43	39		↓ 18	59		↑ 65	79		-
20		= 19	40		↑ 68	60		↓ 36	80		↑ 229













































# Ranking global 2022 – Segundo Semestre – Marca 81 a Marca 160

 Ranking 2022-II		 Ranking 2022-I	 Ranking 2022-II		 Ranking 2022-I	 Ranking 2022-II		 Ranking 2022-I	 Ranking 2022-II		 Ranking 2022-I
81		 72	101		 92	121		 110	141		 111
82		 105	102		 109	122		 79	142		 137
83		 83	103		 108	123		 140	143		 132
84		 86	104		 230	124		 104	144		 164
85		-	105		 103	125		 128	145		 228
86		 85	106		 100	126		 112	146		 152
87		 96	107		 90	127		-	147		 120
88		 84	108		 127	128		 124	148		 116
89		 69	109		 78	129		-	149		 142
90		 95	110		 101	130		 125	150		 170
91		 231	111		 105	131		 134	151		-
92		 91	112		 94	132		 126	152		 151
93		 97	113		 115	133		-	153		 148
94		 98	114		 123	134		 130	154		 155
95		 114	115		 117	135		 150	155		 136
96		 75	116		-	136		 113	156		 154
97		 55	117		 111	137		 141	157		 166
98		 59	118		-	138		 144	158		 131
99		 119	119		 135	139		 133	159		-
100		 121	120		 118	140		 145	160		 168

# Ranking global 2022 – Segundo Semestre – Marca 161 a Marca 220

 Ranking 2022-II		Ranking 2022-I
161		↓ 129
162		↓ 153
163		↑ 227
164		↓ 146
165		↓ 156
166		-
167		↓ 122
168		↓ 160
169		-
170		↓ 147
171		↓ 158
172		↓ 159
173		-
174		↑ 189
175		↑ 188
176		↓ 171
177		↑ 186
178		↓ 157
179		↓ 161
180		↓ 138














 Ranking 2022-II		Ranking 2022-I
181		↓ 165
182		↓ 178
183		↓ 169
184		= 184
185		= 183
186		↓ 174
187		↓ 175
188		↓ 179
189		↑ 203
190		↓ 185
191		↑ 241
192		↓ 187
193		↓ 182
194		↓ 173
195		↓ 163
196		↓ 180
197		↓ 181
198		↑ 248
199		
200		↑ 233

 Ranking 2022-II		Ranking 2022-I
201		= 201
202		↓ 197
203		↓ 176
204		↓ 191
205		↓ 190
206		= 204
207		= 206
208		↑ 247
209		↓ 177
210		↑ 250
211		↓ 195
212		↓ 192
213		↓ 172
214		↓ 199
215		↓ 209
216		↓ 205
217		↓ 196
218		↓ 198
219		↓ 200
220		↓ 167



# Ranking global 2022 – Segundo Semestre – Marca 221 a Marca 252

 Ranking 2022-II		Ranking 2022-I
221		↓ 202
222		↓ 211
223		↓ 215
224		↑ 237
225		-
226		↑ 238
227		↑ 249
228		-
229		↑ 243
230		↓ 207
231		-
232		↑ 245
233		↑ 246
234		= 235
235		↓ 213
236		↓ 210
237		↓ 208
238		↓ 220
239		-
240		-


































 Ranking 2022-II		Ranking 2022-I
241		-
242		-
243		↓ 218
244		↓ 222
245		↓ 216
246		↓ 240
247		↓ 232
248		= 244
249		↓ 236
250		↓ 239
251		↓ 242
252		↓ 234

# Ranking Marcas Ciudadanas 2022 – Primer semestre – Mujeres

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



# Ranking Marcas Ciudadanas 2022 – Primer semestre – Hombres

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

# Ranking Marcas Ciudadanas 2022 – Primer semestre – Millenials (18 - 34 años)

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



# Ranking Marcas Ciudadanas 2022 – Primer semestre – Generación X (35 - 54 años)


















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

# Ranking Marcas Ciudadanas 2022 – Primer semestre – Baby Boomers (55 y más)

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






# Ranking Marcas Ciudadanas 2022 – Primer semestre – ABCI

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

# Ranking Marcas Ciudadanas 2022 – Primer semestre – C2



































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

# Ranking Marcas Ciudadanas 2022 – Primer semestre – C3D

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



# Principales 30 alzas en el ranking

 Ranking 2022 -II Alza			 Ranking 2022 -II Alza			 Ranking 2022 -II Alza		
46	180		200	33		227	22	
80	149		74	32		21	21	
91	140		23	31		100	21	
104	126		9	30		99	20	
145	83		36	30		95	19	
163	64		58	30		151	19	
191	50		42	29		108	19	
198	50		40	28		146	18	
48	45		71	28		28	17	
210	40		19	24				
208	39		82	24				



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





**Presencia  
Positiva**

+



**Relevancia**

+



**Aporte**


=














































































**Marcas  
Ciudadanas**
























# Ranking Presencia 2022 – Segundo Semestre - TOP 80 Marcas




















 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I	 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I	 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I	 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
1		= 4	21		= 25	41		↑ 57	61		↓ 51
2		↑ 16	22		↑ 31	42		↓ 29	62		↑ 67
3		= 7	23		↑ 42	43			63		↑ 94
4		= 5	24		= 22	44		↑ 62	64		↑ 246
4		= 10	25		↓ 14	45		↓ 33	65		↑ 82
6		↑ 17	26		↑ 60	46		↑ 52	66		= 64
7		↑ 21	27		↑ 36	47		↑ 73	66		↓ 56
8		= 9	28		↑ 37	48		↑ 79	68		↑ 99
9			29		↓ 15	49		↑ 116	69		↓ 54
10		= 12	30		= 35	50		↑ 65	70		= 74
11		↑ 28	31		↓ 19	51		↑ 85	71		↑ 76
12		= 11	32		↑ 47	51		↓ 32	72		↓ 48
13		↑ 24	33		↓ 26	53		↑ 89	73		
14		↑ 20	34		↑ 41	54			74		↑ 105
15		= 18	35		↑ 63	55		= 59	75		↓ 70
16		= 12	36		↑ 50	56		↓ 49	75		↓ 45
17		↑ 68	37		= 40	57			77		= 75
18		↑ 27	38		↑ 66	58			78		↓ 72
19		↑ 38	39		↓ 23	59		↑ 92	79		= 83
20		↑ 34	40		↑ 55	60		↓ 30	80		↓ 58






















# Ranking Presencia 2022 – Segundo Semestre – Marca 81 a Marca 160

 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I	 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I	 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I	 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
81		↓ 43	101		↓ 86	121			141		↑ 149
82			102		↑ 124	122		= 120	142		
83		↑ 250	103		↑ 111	123		↓ 113	143		= 146
84		= 87	103		= 103	124		↓ 69	144		↑ 192
85		↓ 78	105		↓ 96	124		↑ 136	145		↓ 139
86		↑ 91	106		↑ 132	126		= 127	146		↓ 128
87		↓ 81	106		↓ 61	127			147		↓ 121
88		↓ 80	108		= 109	128		↓ 93	148		↓ 137
89		↑ 95	109			129		= 125	149		
90		↑ 97	110			130		↑ 165	150		↑ 175
91		↑ 129	111		↑ 244	131			151		↓ 143
92		↓ 53	112		↑ 245	132		↑ 140	152		↑ 164
93		↑ 118	113		↓ 98	133		↓ 71	153		↓ 133
94		↑ 102	114		↑ 134	134		= 138	154		↓ 148
95		↑ 112	115			135		= 141	155		↑ 176
96		↑ 107	116		↓ 90	136		↓ 117	156		↑ 171
97		↓ 84	117		↑ 135	137			157		↓ 144
97		= 101	118		↓ 104	138		↓ 106	158		↓ 108
99		= 100	119		= 119	139		↑ 163	159		↑ 166
100		↓ 77	120		↓ 88	140		↓ 110	160		↓ 114

# Ranking Presencia 2022 – Segundo Semestre – Marca 161 a Marca 220





















 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
161		↓ 130
162		↑ 169
163		↓ 150
164		= 162
165		↓ 151
166		↓ 145
167		↓ 153
168		↓ 156
168		↓ 159
170		= 173
171		↓ 157
172		↓ 115
173		↓ 167
174		↑ 190
175		↑ 180
176		
177		↓ 161
178		↓ 172
179		↓ 158
180		↑ 196












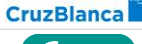

 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
181		= 181
182		
183		↓ 160
184		↑ 237
185		↓ 170
186		↑ 195
187		↓ 152
188		↑ 200
189		↓ 147
190		↓ 154
191		↓ 179
192		= 192
193		↓ 186
194		↓ 185
195		= 191
196		↑ 239
197		↓ 168
198		↓ 182
199		↑ 242
200		↑ 208

 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
201		↓ 177
202		= 205
203		↑ 241
204		↓ 198
205		↓ 187
206		↓ 178
207		= 207
208		↓ 184
209		↑ 228
210		↓ 183
211		↑ 232
212		↓ 189
213		= 213
214		↓ 201
215		↓ 188
216		↓ 174
217		↓ 194
218		↓ 204
219		↑ 229
220		↑ 236



# Ranking Presencia 2022 – Segundo Semestre – Marca 221 a Marca 252

 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
221		↓ 203
222		↓ 199
223		↑ 240
224		↑ 235
225		↓ 206
226		
227		
228		↓ 211
229		
229		↓ 209
231		↓ 221
232		
233		↑ 243
234		↑ 246
235		↓ 212
236		
237		↓ 218
238		↑ 248
239		↓ 219
240		↓ 216

 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
241		
242		
243		↑ 249
244		↓ 215
245		
246		↓ 226
247		↓ 227
248		↓ 231
249		↓ 230
250		↓ 237
251		↓ 233
252		↓ 234

# Marcas Ciudadanas Modelo de Relevancia



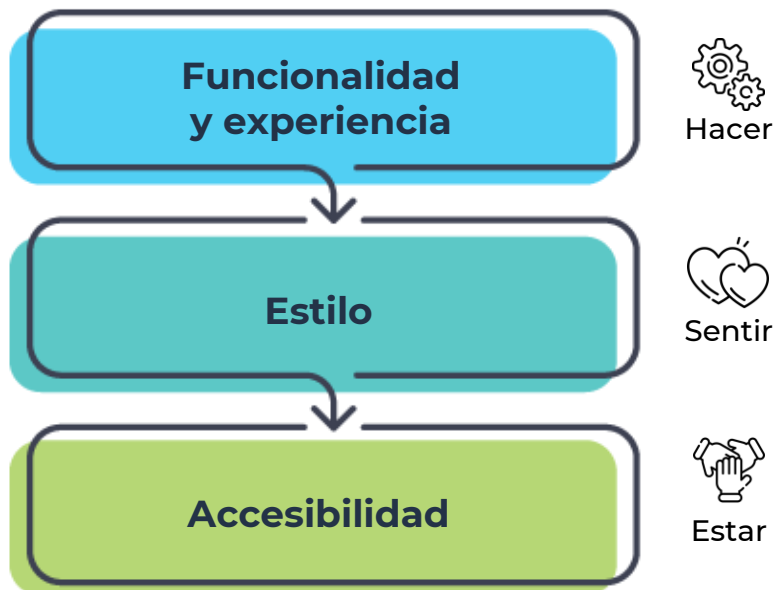
Presencia  
Positiva



Relevancia



Aporte



# Dimensiones que sustentan la relevancia de las Marcas Ciudadanas 2022

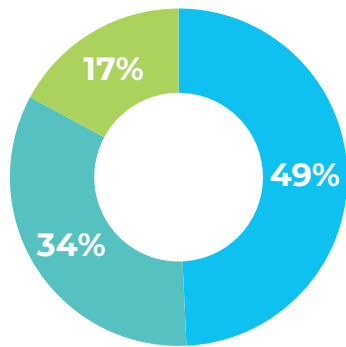




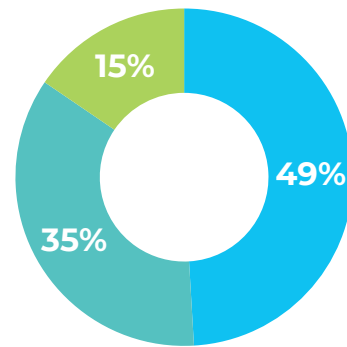
# Dimensiones que sustentan la relevancia de las Marcas Ciudadanas: por industria

● Funcionalidad ● Accesibilidad ● Estilo

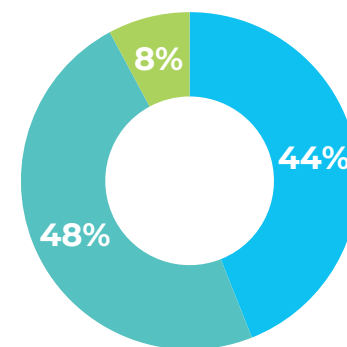
Total



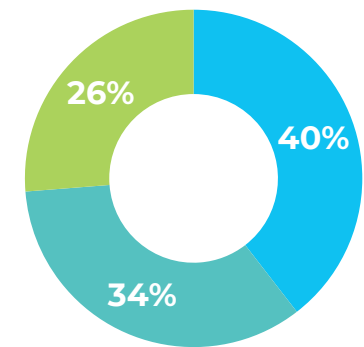
Farmacias



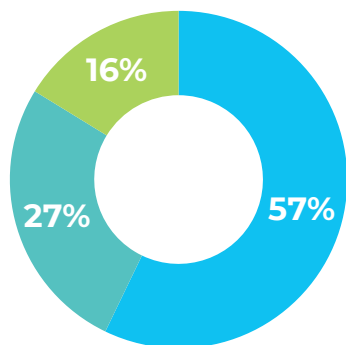
Industrias



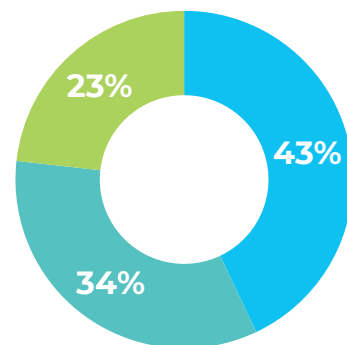
Consumo Masivo



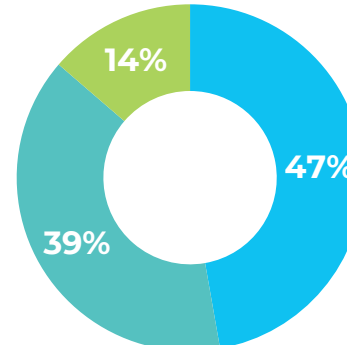
Bancos



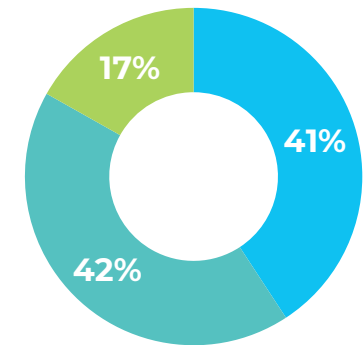
Supermercados



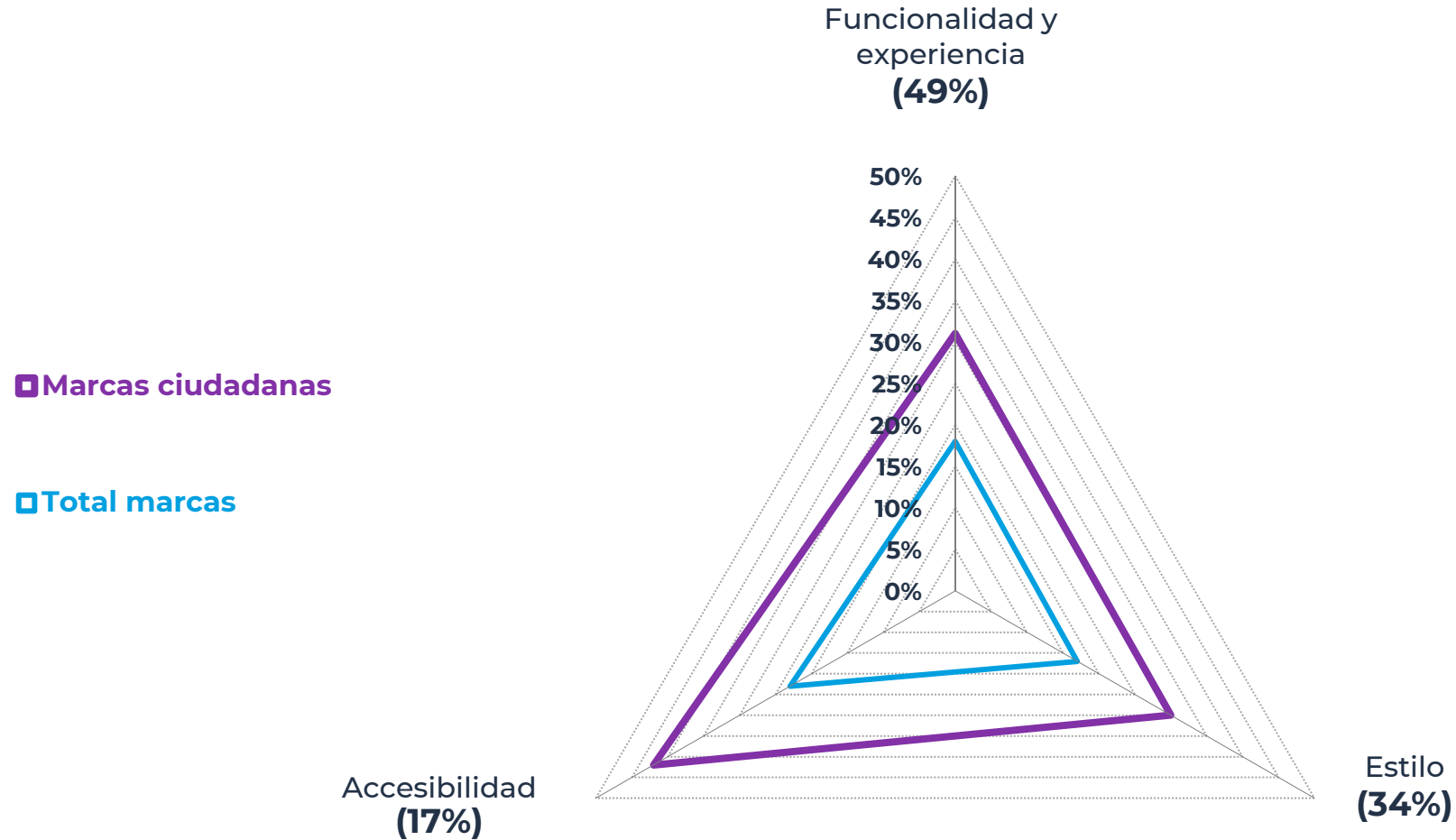
Telcos



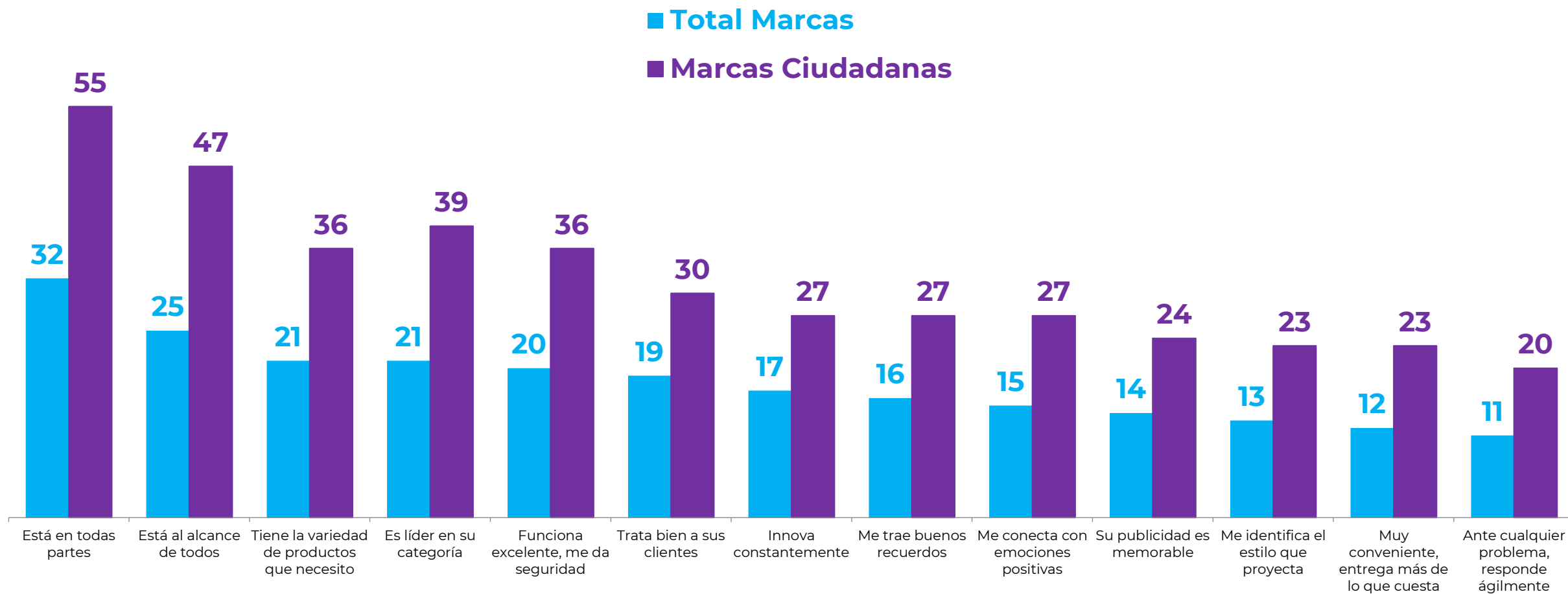
Servicios básicos



# Desempeño dimensiones de relevancia





# Comparación atributos relevancia
























































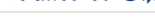


































# Ranking Relevancia 2022 – Segundo Semestre - TOP 80 Marcas









































 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I	 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I	 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I	 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
1		= 3	21		↑ 35	41		↑ 68	61		↓ 44
2		↑ 11	22		↑ 57	42		↓ 6	62		= 60
3			23		= 27	43		↓ 32	63		
4		↑ 14	24		↑ 34	44		↑ 63	64		↑ 81
5		↑ 13	25		↑ 36	45		↓ 26	65		↓ 58
6		↑ 19	26		= 27	46		↑ 129	66		↑ 86
7		↑ 20	27		↓ 18	47		↓ 41	67		↑ 106
8		= 10	28		↑ 65	48		= 45	68		
9		↑ 20	29		↑ 46	49		↑ 59	69		
10			30		↓ 24	50		↓ 32	70		↑ 110
11		= 8	31		↓ 23	51		↓ 39	71		↓ 66
12		↑ 17	32		↑ 47	52		↓ 42	72		↓ 48
13		= 12	33		↑ 56	53		↓ 43	73		↑ 83
14		= 15	34		↑ 53	54		↑ 108	74		↑ 85
15		↓ 7	35		↑ 62	55		↓ 40	75		↓ 29
16		↑ 30	36		↓ 25	56		= 54	76		↑ 116
17		↑ 38	37		↑ 51	57		= 55	77		
18			38		↑ 52	58		↑ 111	78		
19		= 16	39		↑ 50	59		↓ 37	79		= 82
20		↓ 9	40		↑ 66	60		↑ 74	80		= 79










































# Ranking Relevancia 2022 – Segundo Semestre – Marca 81 a Marca 160

 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I	 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I	 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I	 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
81		= 80	100		= 102	121		↓ 96	140		↓ 122
82		-	100		↓ 76	122		↑ 142	142		↑ 158
83		= 83	103		↑ 161	123		↓ 76	142		↓ 131
84		↑ 112	103		↓ 73	124		↓ 86	144		= 147
85		↑ 138	105			125		↓ 107	144		↓ 135
86		↑ 122	105		↑ 125	125		↑ 137	146		↓ 119
86			107			125			147		↓ 98
88		↓ 60	108		↑ 138	125		↓ 101	148		
89		↑ 118	108		= 104	129		↓ 122	149		↑ 166
90		↓ 70	110		↓ 69	130		↓ 99	150		↑ 185
91		↑ 103	110		↓ 89	130		↓ 97	151		= 151
91		↓ 64	110		↓ 70	132		↓ 117	152		↑ 169
93		↑ 135	113		↑ 168	133		↑ 156	153		= 156
94		↓ 75	114		↓ 76	133		↑ 146	154		= 159
95		↑ 104	115		↑ 134	135		↑ 152	155		↓ 149
96		↓ 88	116		= 119	136		↑ 142	156		↑ 176
96		↓ 89	117		↓ 93	137		↓ 108	157		↓ 141
98		= 95	118		↑ 128	137		↓ 114	158		↓ 152
99		↑ 114	119		↑ 145	139		↓ 132	159		↓ 89
100		↓ 94	119		= 119	140		= 140	160		↑ 180

# Ranking Relevancia 2022 – Segundo Semestre – Marca 161 a Marca 220

 Ranking 2022 -II		 Ranking 2022-I	
161			190
162			99
163			129
163			-
165			163
166			144
167			-
168			126
169			176
169			171
171			205
172			172
173			189
174			173
175			150
176			-
177			155
178			220
178			152
180			148

 Ranking 2022 -II		 Ranking 2022-I	
180			165
182			184
183			161
184			211
185			-
185			166
185			201
188			183
189			170
189			159
191			191
192			224
193			173
194			181
194			178
194			175
197			193
198			-
199			199
199			186

 Ranking 2022 -II		 Ranking 2022-I	
201			218
202			203
203			213
204			196
204			188
204			201
204			213
208			217
209			197
210			208
211			193
211			195
211			239
211			207
211			-
216			215
216			192
218			199
219			197
220			186

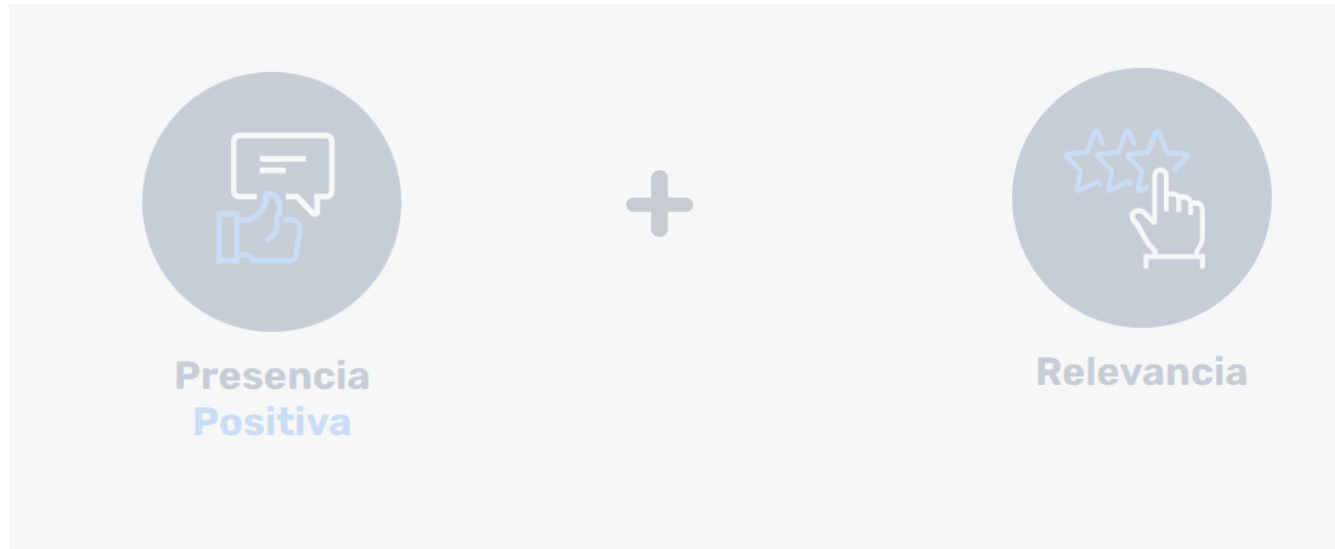
# Ranking Relevancia 2022 – Segundo Semestre – Marca 221 a Marca 252

 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
221		 209
222		 204
223		 178
224		 211
225		 220
226		
227		 222
228		 229
229		
230		 226
231		 182
232		
233		
234		
235		 230
236		 219
237		 232
238		 232
239		 245
240		 234

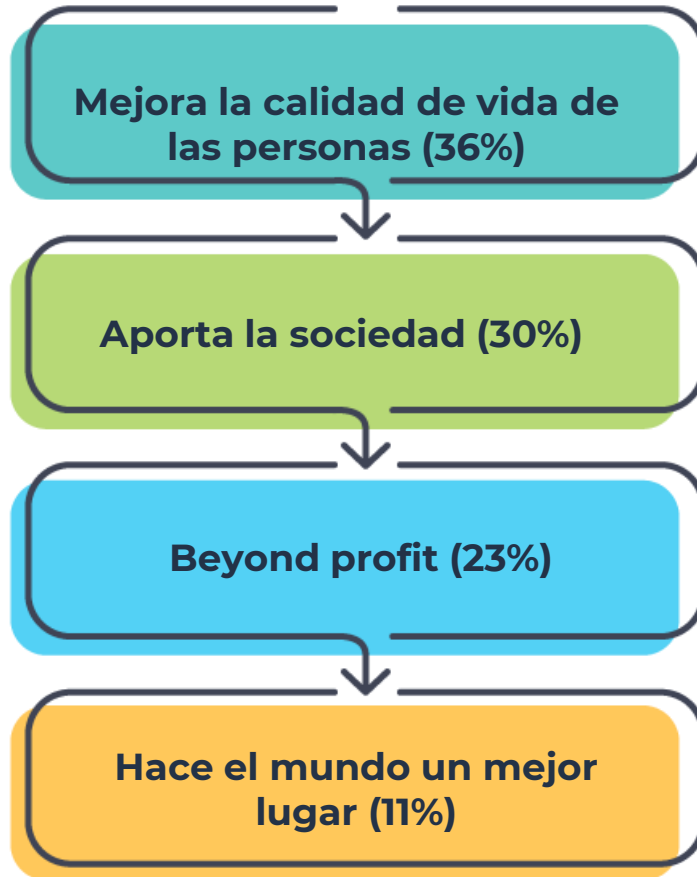
 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
241		 238
242		 226
243		 234
244		 240
245		
246		 244
247		 237
248		 230
249		 226
250		 243
251		 250
252		 246



# Marcas Ciudadanas - Modelo de Aporte



# Modelo de Aporte

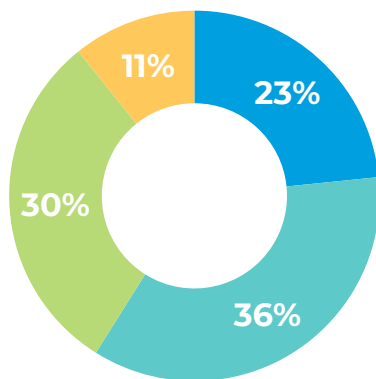


- Mejora la vida de las personas y las comunidades
  - Trata bien a trabajadores y proveedores
  - Aporta a la salud, el deporte y la vida saludable
- Sintoniza con los cambios sociales
  - Hace las cosas no solo para el beneficio de sus dueños, empleados o clientes, sino a la sociedad en su conjunto
  - Apoya causas sociales importantes/fundaciones ONG
  - Aporta a la cultura y al arte
- Tiene un propósito superior que es: va mas allá que solo ganar dinero
  - Tiene comportamiento ético y sostenible
  - Es genuina, creíble, confiable
- Tiene un compromiso claro por mejorar el mundo
  - Es amigable con el planeta, se preocupa del medioambiente, de los animales

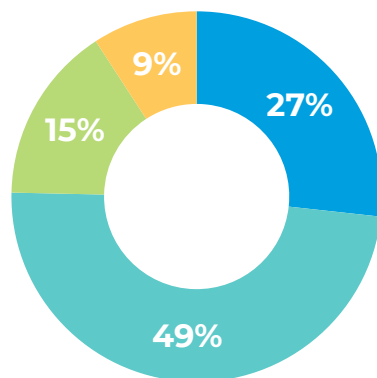
# Dimensiones que sustentan el aporte de las Marcas Ciudadanas: por industria

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

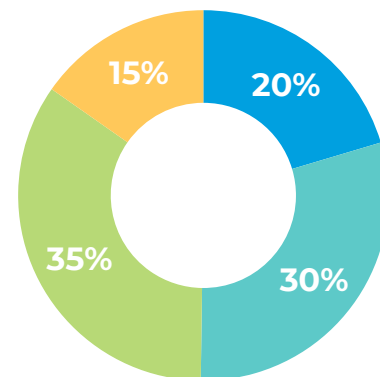
**Total**



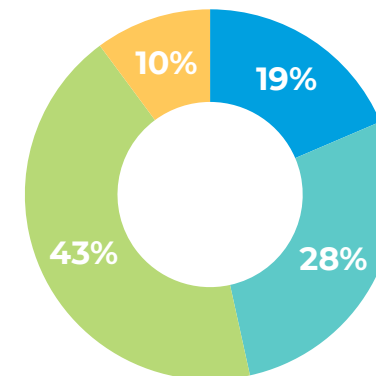
**Farmacias**



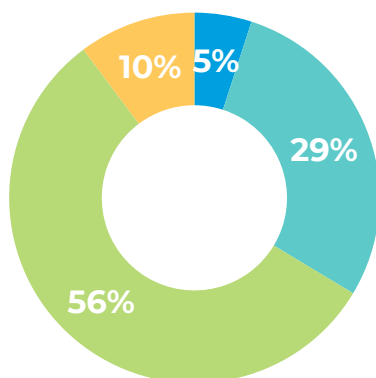
**Industrias**



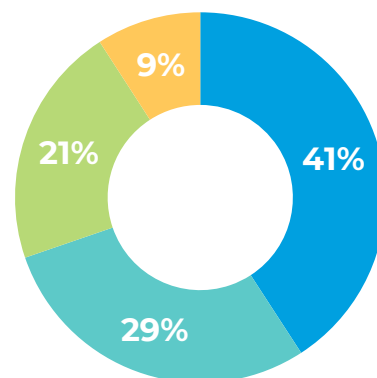
**Consumo masivo**



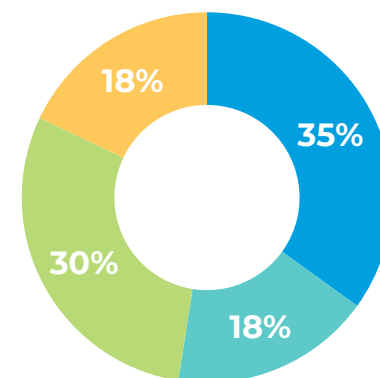
**Bancos**



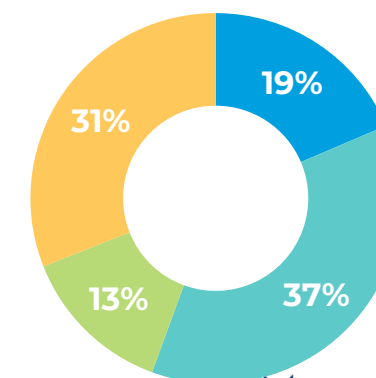
**Supermercados**



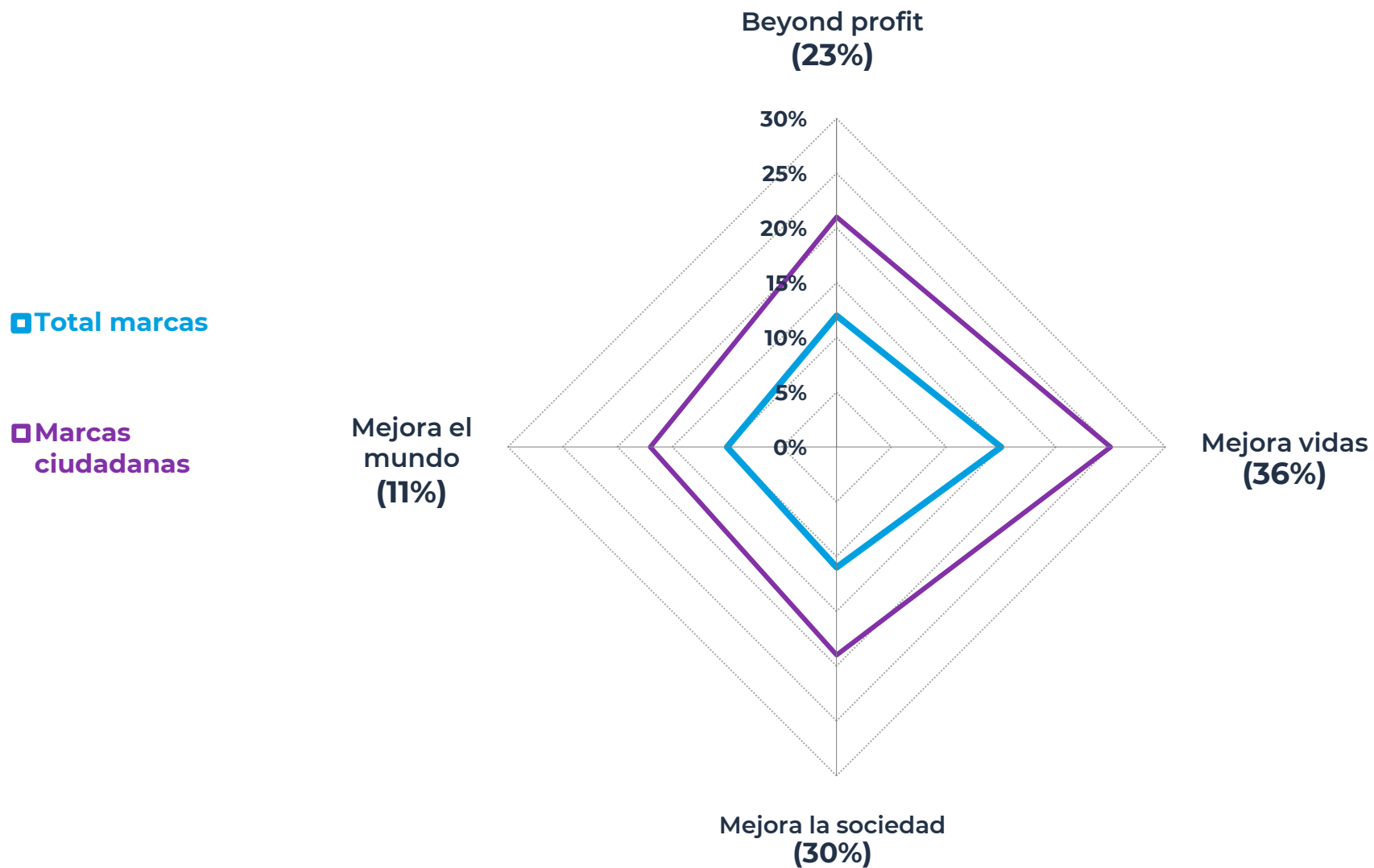
**Telcos**



**Servicios básicos**

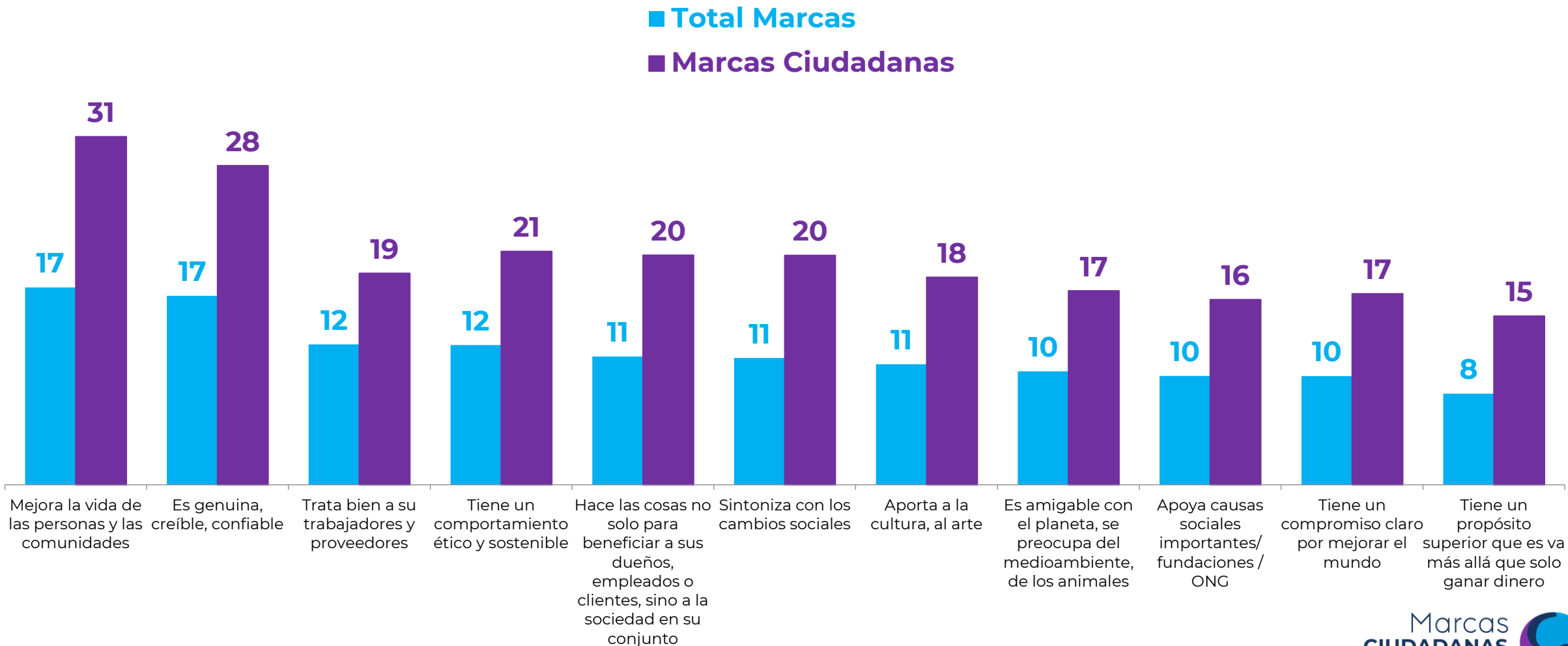


# Desempeño dimensiones de relevancia















































# Comparación atributos aporte


















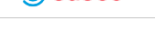





# Aporte 2022 – Segundo Semestre - TOP 80 Marcas






















	Ranking 2022-II		Aporte 2022-I
1		↑	7
1		↑	8
3		=	3
4		↑	14
5		=	4
6		=	5
7		↑	32
8		↑	18
9		=	13
10		↑	17
11		=	16
12		=	10
13		=	11
14		↑	22
15		=	19
16		=	15
17		=	19
18		↑	26
19		↑	27
20		↓	12






















	Ranking 2022-II		Aporte 2022-I
21		↓	9
22		↑	41
23		↑	30
24		=	22
25		↑	33
25		↑	36
27		=	29
28		↑	34
29			
30		↑	46
31		=	28
32		=	31
32		↑	57
34		↑	58
35		=	39
35		↑	42
37		↑	42
38		↑	64
39		↑	44
40		↑	70






















	Ranking 2022-II		Aporte 2022-I
41		↑	65
42		↓	36
43		↑	88
43		↓	38
45			
46		=	49
47		↑	74
48		=	50
49		=	47
49			
51		↓	40
51		↑	69
53		↑	84
54		=	56
54		↑	66
56		↓	35
56		↑	93
56			
59		=	61
60			






















	Ranking 2022-II		Aporte 2022-I
61		↓	45
62		↑	73
62		↓	51
64		↑	88
64		↑	86
66		↑	81
66		↑	79
68		=	68
69		↓	52
70		↓	63
70		↓	54
72		↓	67
73		=	71
73		↑	87
75			
76		↑	82
77		=	74
78		↑	111
79		↑	116
79		↑	97

# Aporte 2022 – Segundo Semestre – Marca 81 a Marca 160


	Ranking 2022-II		Aporte 2022-I
81			
82		↓	61
83		↑	108
84		=	82
85		↓	55
86		=	88
87		↑	100
87		↑	109
89		↓	78
90		↑	133
91		↓	59
92		↑	102
93		↓	74
94		↑	102
95		=	94
96		↓	88
97		↓	48
97		↑	128
99		↑	104
100		↑	113






















	Ranking 2022-II		Aporte 2022-I
101		=	98
102		↑	125
103		↓	85
103		=	101
105		↑	113
106			
107		↓	94
108		↓	77
109		↑	132
110			
111		↓	88
112		↓	106
113		↑	145
114		=	115
115		↑	136
116		↑	143
117		=	121
118		↓	99
119		↑	147
120		↑	152






















	Ranking 2022-II		Aporte 2022-I
121			
122		↑	155
123		↓	96
124		↑	131
125		↓	80
125		↑	158
127		↓	106
128		=	126
129		↓	109
130		↓	124
131		↓	105
132		↑	157
132		↓	122
132		↑	149
135		↓	164
136		↑	142
136			
138		↑	170
139		=	138
139		=	143

	Ranking 2022-II		Aporte 2022-I
139			
142		↑	153
142		↓	130
144		↓	119
145		↑	161
145		↑	153
147		↑	166
147		↑	161
149		↑	158
150			
150		↑	156
150		=	150
153		↑	165
154		↓	119
155		↑	167
155		↑	169
157		↓	177
157		↑	181
157			
160		↓	139

# Aporte 2022 – Segundo Semestre – Marca 161 a Marca 220





















 Ranking 2022-II			Aporte 2022-I
161		↓	135
162		↓	146
162		↓	117
162			
165		↓	139
166		↑	183
167		↓	123
168			
169		↓	129
170		↑	176
171		↓	137
172			
173		↑	188
173		↑	189
175		↓	133
176		=	177
177		=	173
178		↑	195
179		=	177
179		↑	184






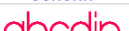







 Ranking 2022-II			Aporte 2022-I
181		↓	170
181		↓	139
183		↓	161
183		↑	197
183			
186		↑	192
187		↓	148
187		↑	203
189			
190		↓	174
191			
192		↑	200
193			
194		↓	181
195		↓	185
195			
197			
198		↓	186
199		↓	168
199		↑	237

 Ranking 2022-II			Aporte 2022-I
201		=	200
202		↑	231
203		↑	243
204		↓	187
205			
205		↓	172
207		↑	239
208			
209		↑	224
210		↑	215
211		↑	238
212		↑	245
213		↑	228
214		↑	230
215		↓	190
216		↓	191
217		↑	244
218		↓	198
218		↓	193
218		=	220



# Aporte 2022 – Segundo Semestre – Marca 221 a Marca 252

 Ranking 2022-II		Aporte 2022-I
221	 TOYOTA	↓ 203
222	 ROYAL GUARD	↑ 231
222	 laPolar	= 226
224	 CHEVROLET	↓ 217
225	 CONSORCIO	↑ 240
226	 PAPA JOHN'S	↓ 196
227	 OXXO	↓ 193
228	 hites	↓ 220
229	 Cruz Blanca	↓ 212
230	 Escudo	↑ 249
230	 DBS	↓ 223
230	 Colmena	↓ 199
233	 Corona	↓ 210
234	 KIA	↓ 225
234		= 236
234	 Santander Cuenta Corriente	↓ 203
237	 Clos de Pirque	
237	 uno <sub>afp</sub>	↑ 247
239	 Mistral	↓ 222
240	<b>SHEIN</b>	↓ 216

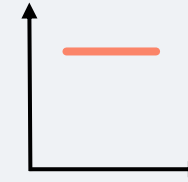
 Ranking 2022-II		Aporte 2022-I
240	 BANCO security	↓ 231
242	 ALTO y CARMEN	↓ 218
243	 upa!	↓ 235
244	 CORONA	↓ 229
244	 abcdin	↓ 210
246	 MELT	↓ 206
246	 nueva masvida	↓ 208
248	 Capel	= 250
249	 DERCO	↓ 234
250	 Pizza Hut	↓ 209
251	 espació!	↓ 242
252	 Dambó's	↓ 219



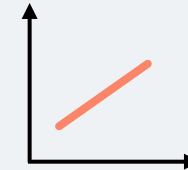
# La relevancia del propósito

# En esta historia de 7 años identificamos 4 grupos de marcas según sus capacidades de adaptación

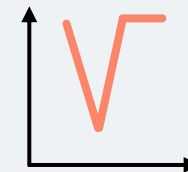
**Marcas ciudadanas por excelencia:** Marcas que lideran sistemáticamente el ranking pese a haber enfrentado eventos disruptivos como la pandemia, el estallido social y la aceleración digital, manteniendo la valoración de la ciudadanía.



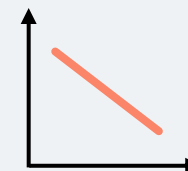
**Marcas exitosas:** Marcas que han ido mejorando sistemáticamente en el tiempo y han llegado a ser Marcas Ciudadanas pese a los desafíos del entorno.



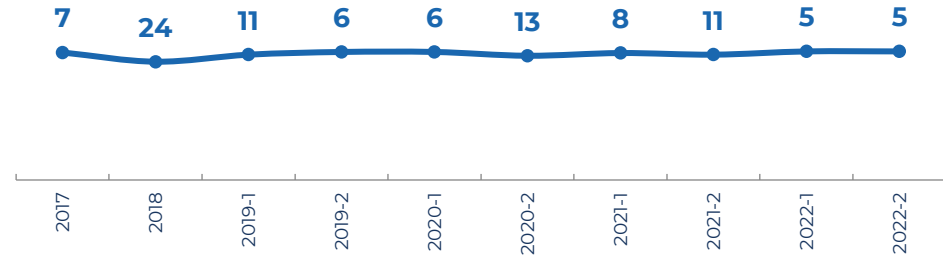
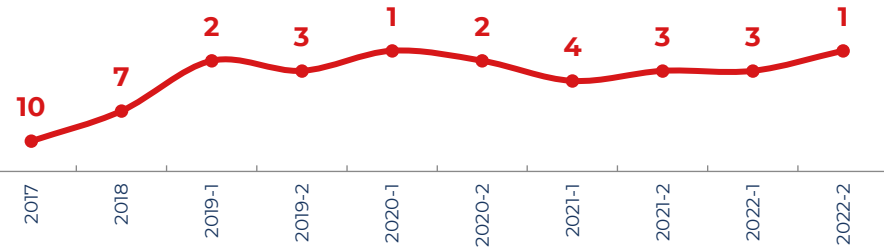
**Marcas resilientes:** Marcas que han atravesado crisis complejas pero han podido salir de ellas y reencontrarse con los chilenos para instalarse como Marcas Ciudadanas..



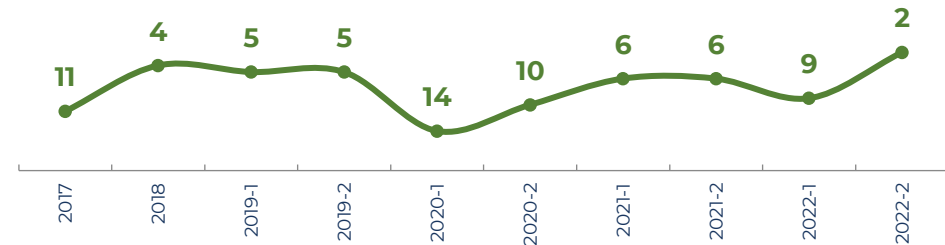
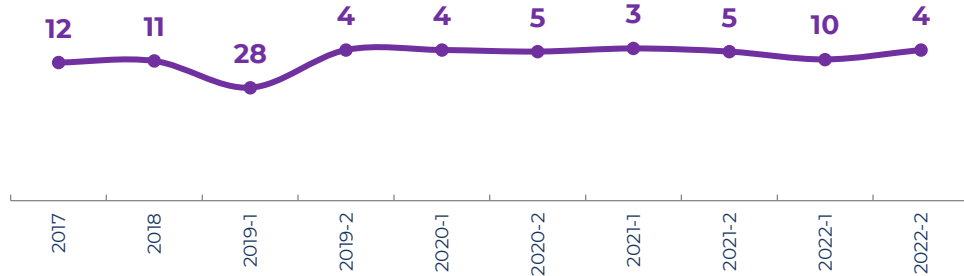
**Marcas desafiadas:** Marcas con trayectorias descendentes que no han podido revertir los desafíos de su entorno.



# 4 ejemplos de Marcas Ciudadanas de Excelencia

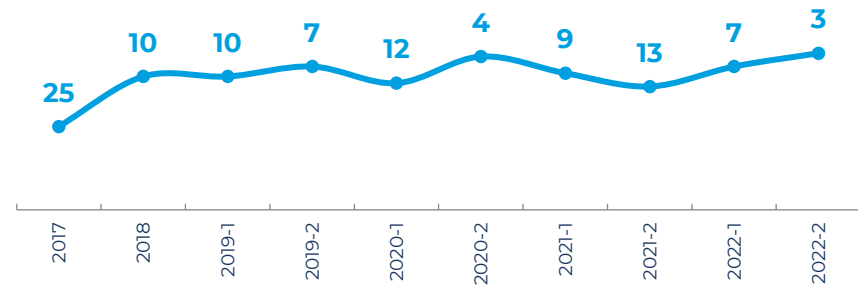
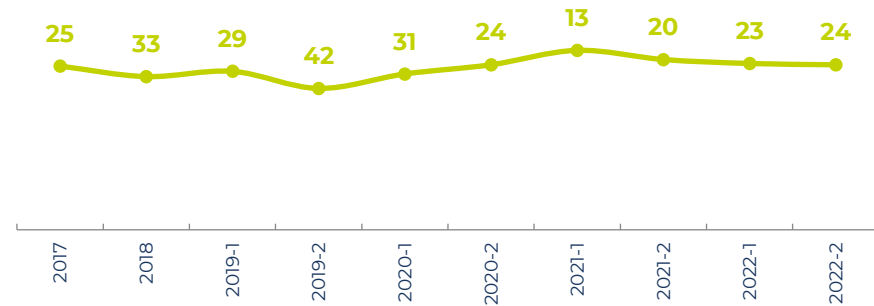
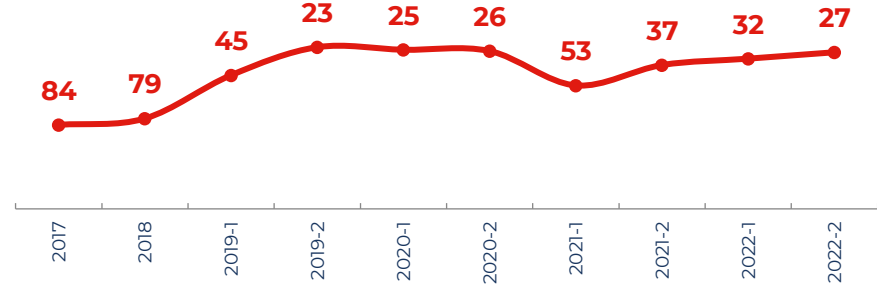
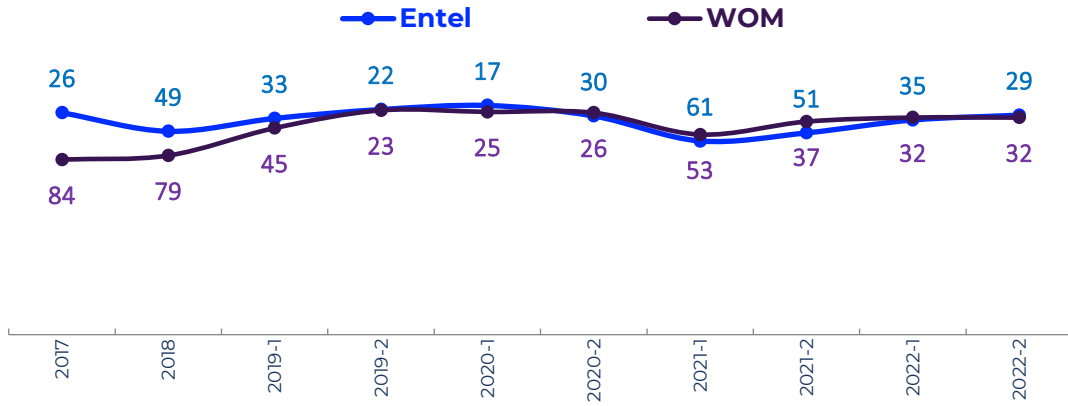


## NETFLIX

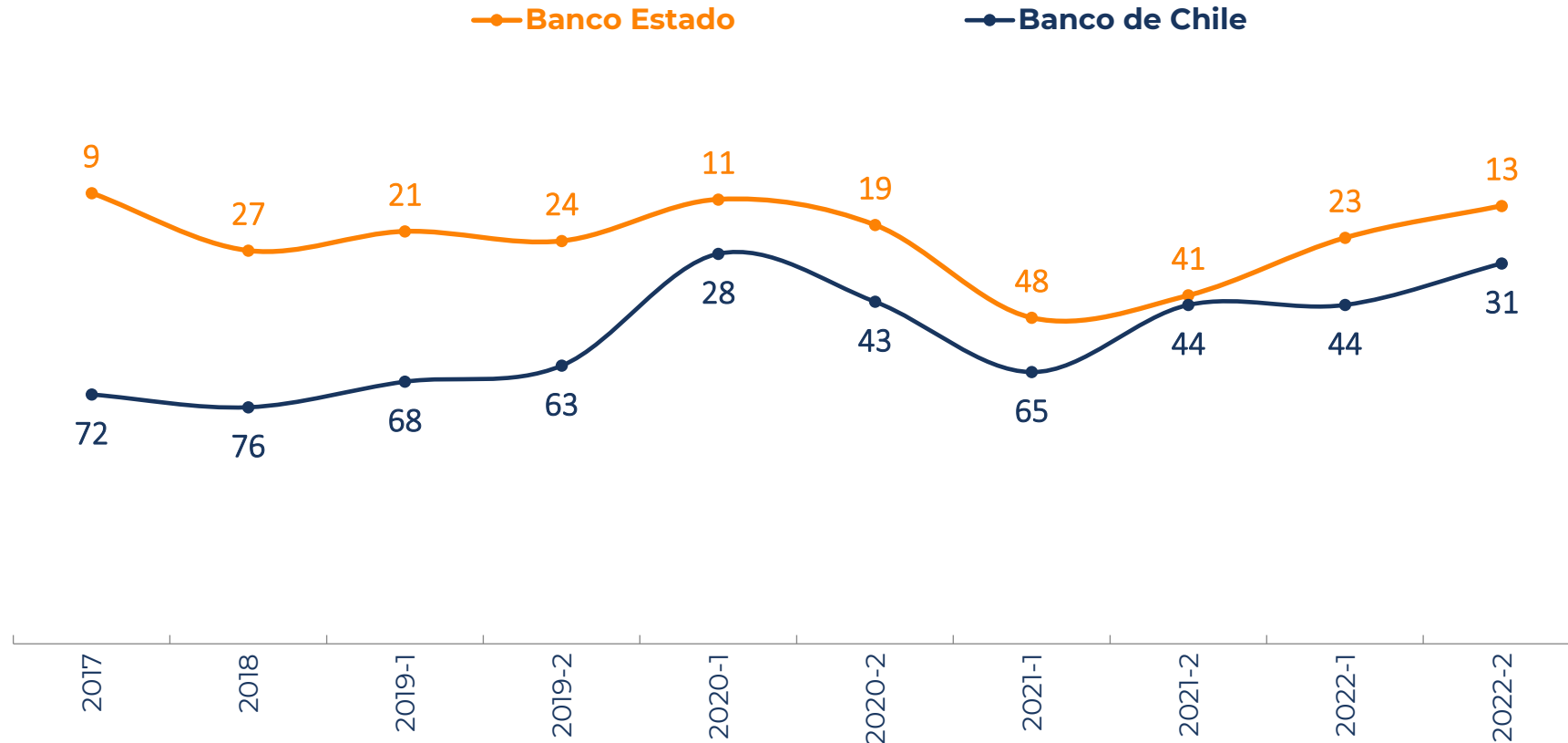




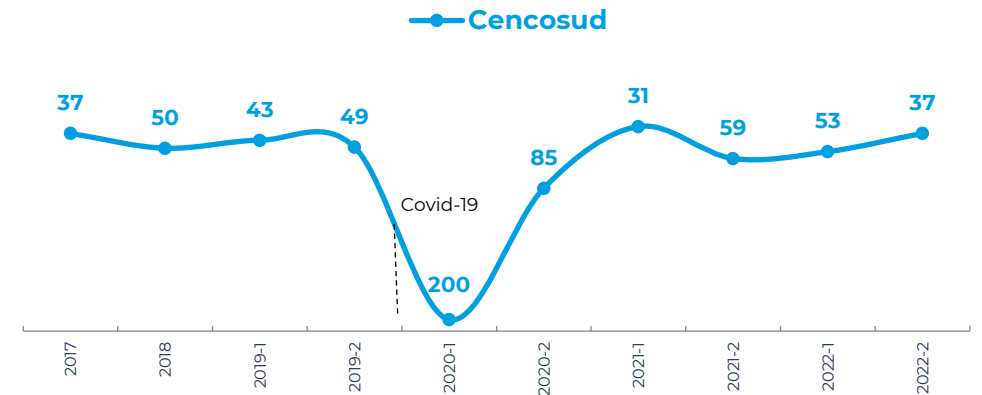
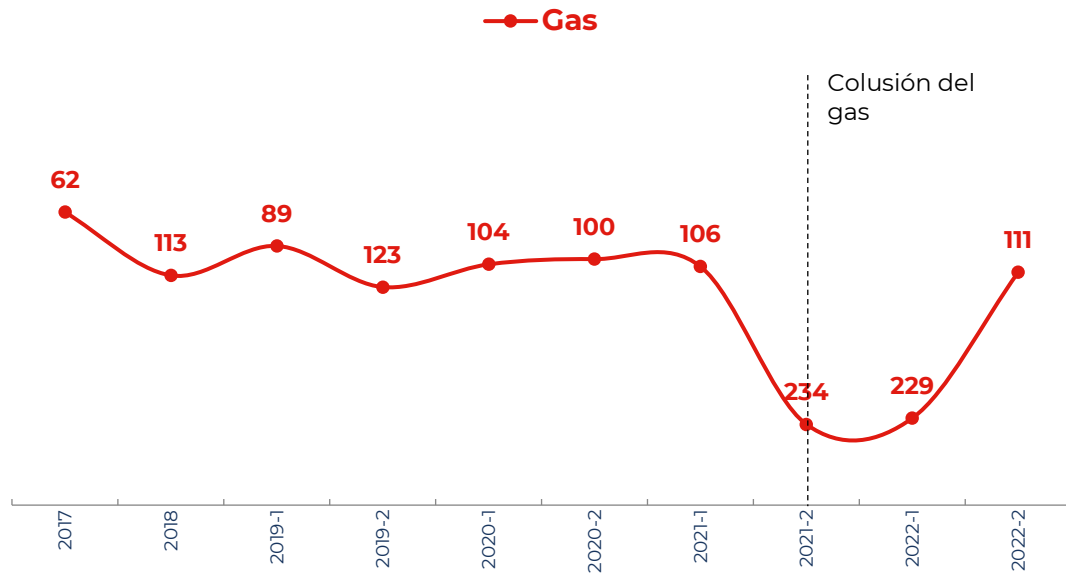
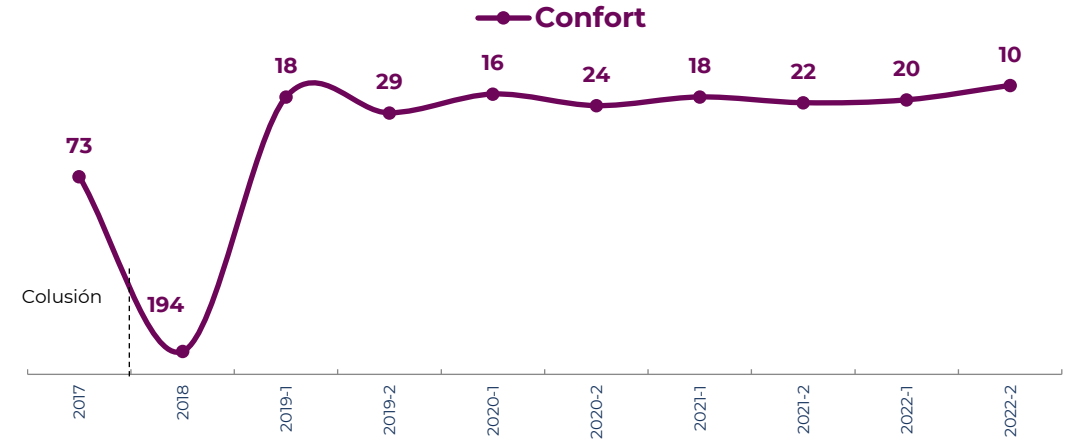
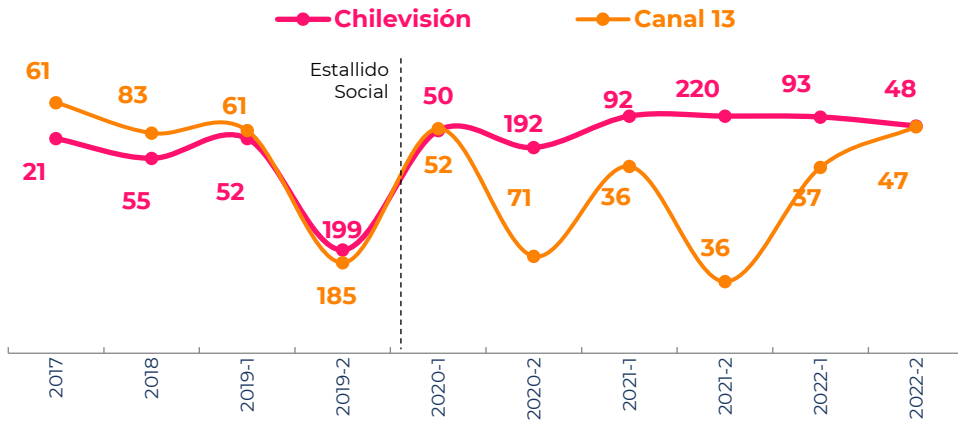
# Marcas Exitosas que crecen constantemente



# Marcas Exitosas que crecen constantemente



# Marcas o industrias que han atravesado crisis pero han logrado salir de ellas



# The style is basic. *The mission is extraordinary.*

---



Try the shoes that sparked a global  
movement to improve children's lives.





# XI versión de Marcas Ciudadanas: La relevancia del propósito

Segundo semestre 2022

