

Marcas Ciudadanas 2022: Carpe diem

Junio 2022



“

Horacio
**"carpe diem quam minimum
credula postero"**

**"Aprovecha el día y no confíes
en el mañana".**

”





“

“Carpe diem. Porque aunque no lo crean, un día todos los que estamos en esta sala dejaremos de respirar. Nos pondremos fríos y moriremos. Aprovechen el día, muchachos. Hagan que sus vidas sean extraordinarias”.

”

La filosofía Carpe diem es un modo (que han adoptado las personas) para lidiar con el miedo al cambio (pandemia y transformación digital) y a la incertidumbre política, económica y social.



Carpe diem Post Pandemia: Satisfacer todas las necesidades, más básicas y más elevadas.



Carpe diem: Viviendo el día a día

“

‘yo vivo con la cabeza en el día a día porque está muy incierto lo que viene. A fin de año, cuando se relajó un poco la cosa, me proyecté a futuro, pero con esto que vino me decepcioné. Mejor sigo pensando sólo en el presente’

Claudio, 52 años, fotógrafo

“

‘la urgencia está en el presente, en sobrevivir económicamente y no contagiarse. No tenemos cabeza para pensar más allá. Es muy incierto el futuro. Antes tiraba líneas, pero encuentro que ahora hacer planes no tiene sentido. No sabemos nada’

Rodrigo, 47 años, ingeniero

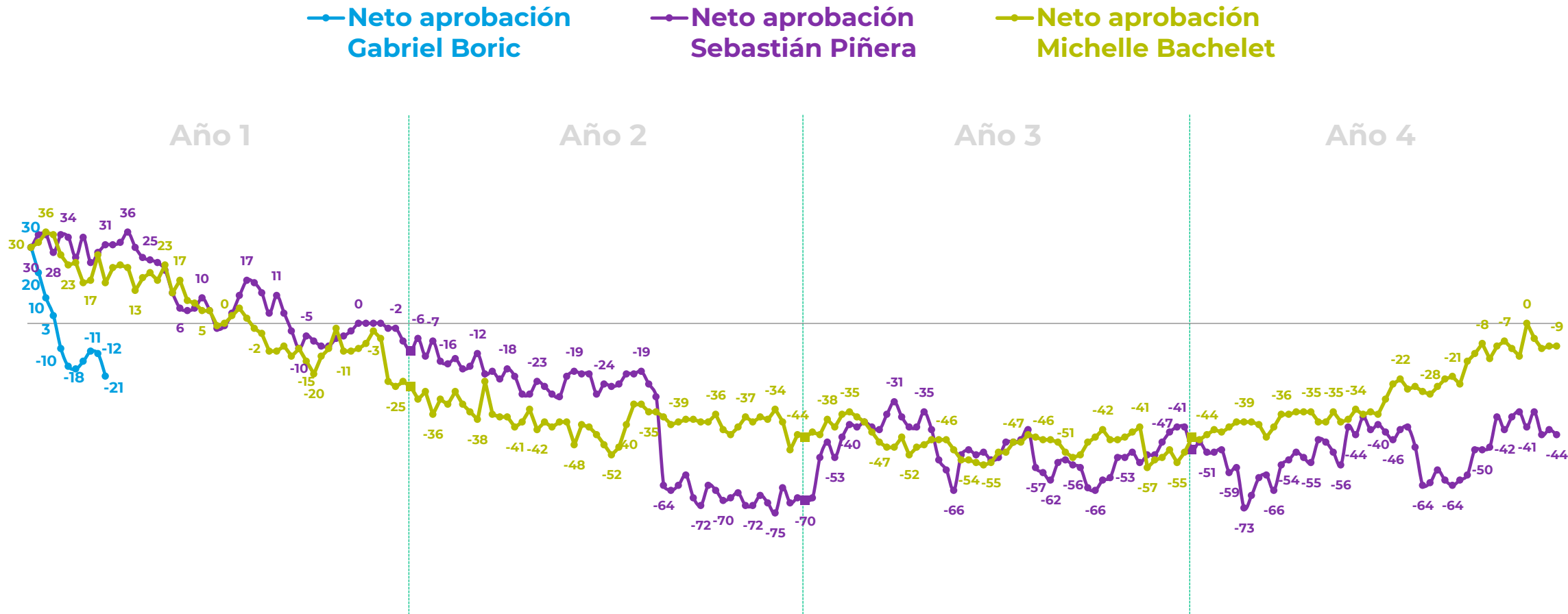
“

‘uno no sabe lo que va a pasar, por ejemplo en la empresa de mi marido son como ocho personas, y es obvio que van a cerrar si alguien se contagia, entonces uno no sabe... yo no puedo ver a futuro por la incertidumbre... no puedo ver a futuro’

Paulina, 50 años, dueña de casa

Carpe diem en política: sin tiempo para esperar resultados

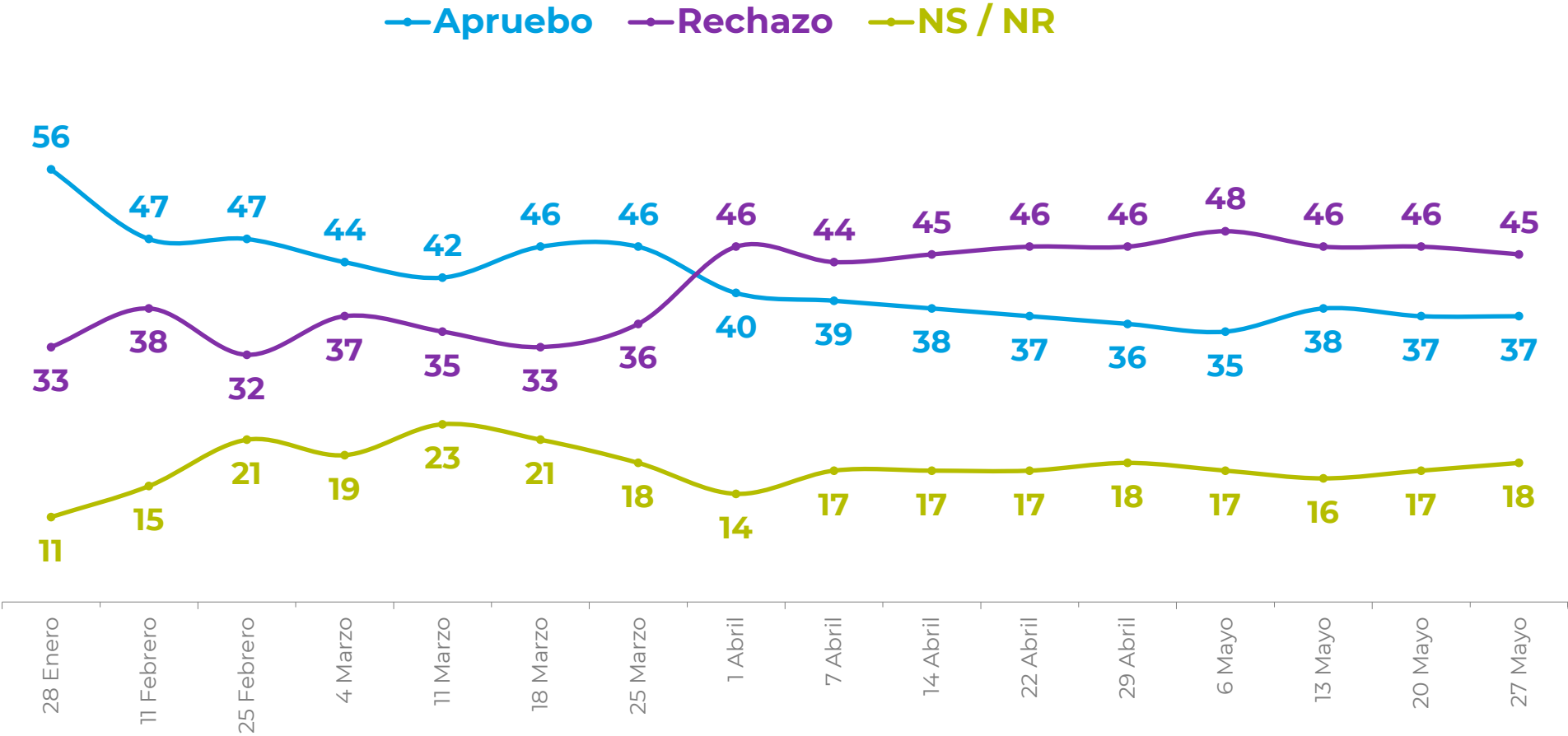
(% aprobadores – desaprobadores)



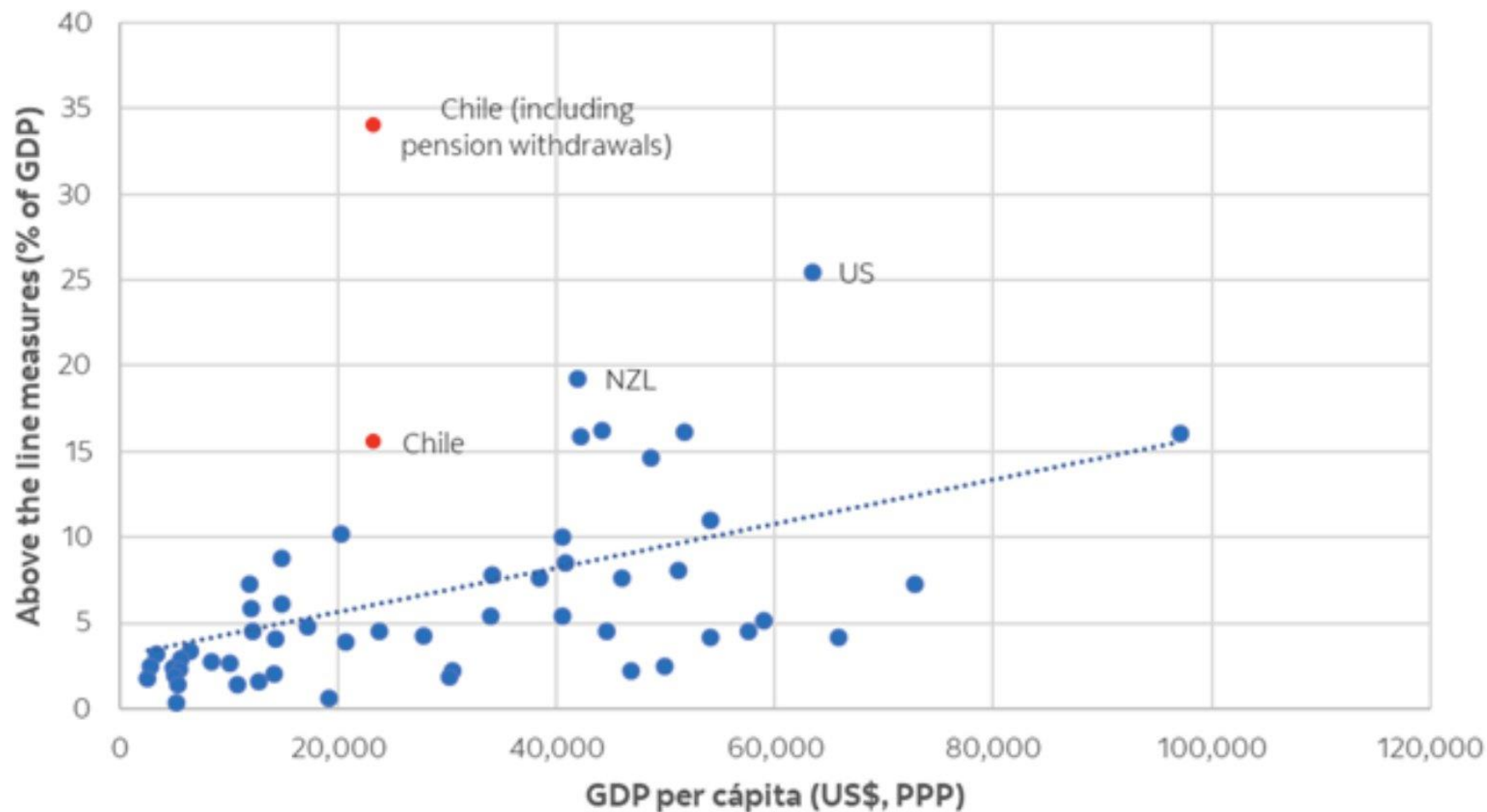
*Diferencia entre aprobadores y desaprobadores

Carpe diem constituyente: rechazando el apruebo

Con la información que tiene actualmente, ¿Ud. votaría apruebo o rechazo a la constitución que proponga la Convención Constitucional en el plebiscito de salida de septiembre de este año? %

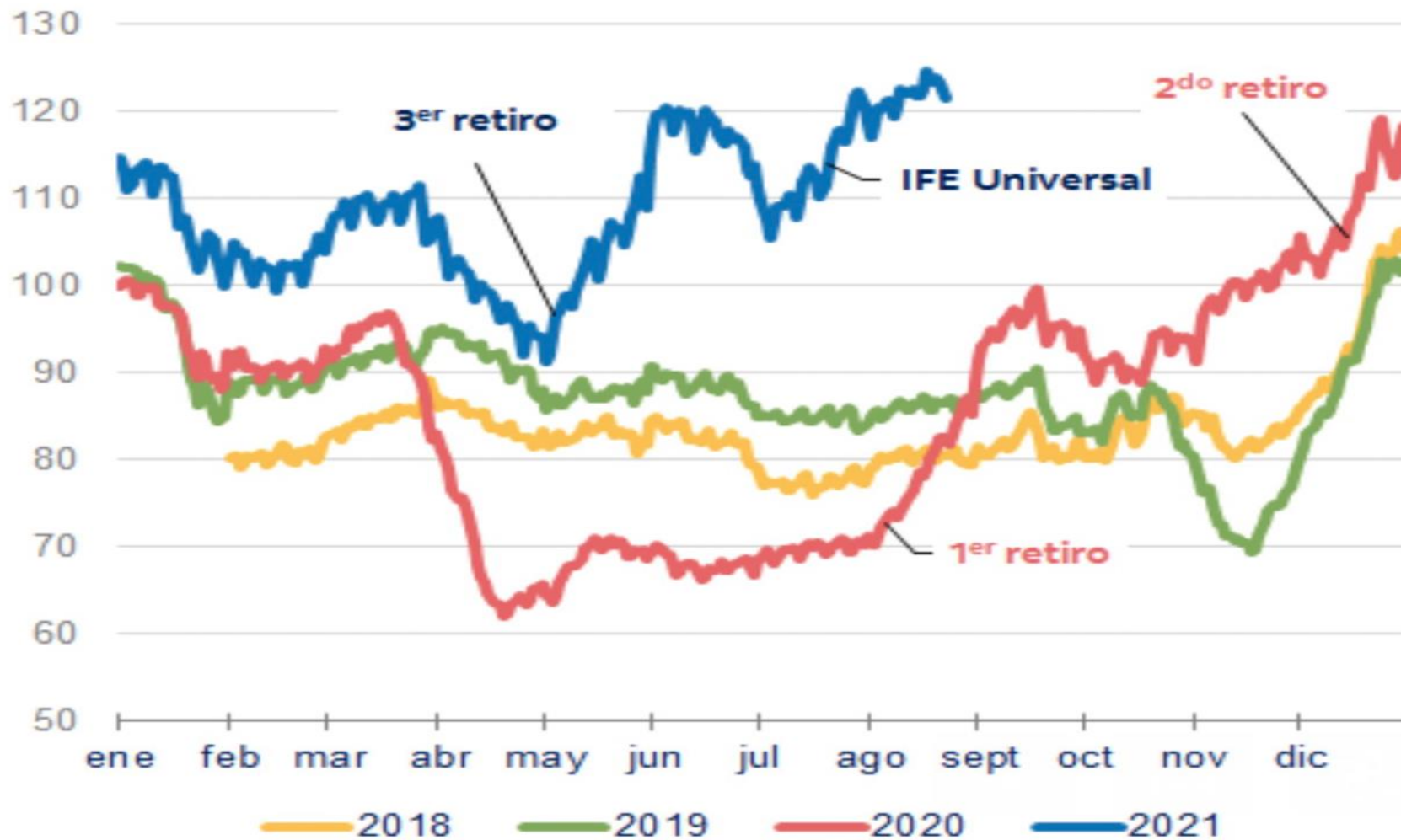


Carpe diem económico: gastar como si fuera el ultimo día



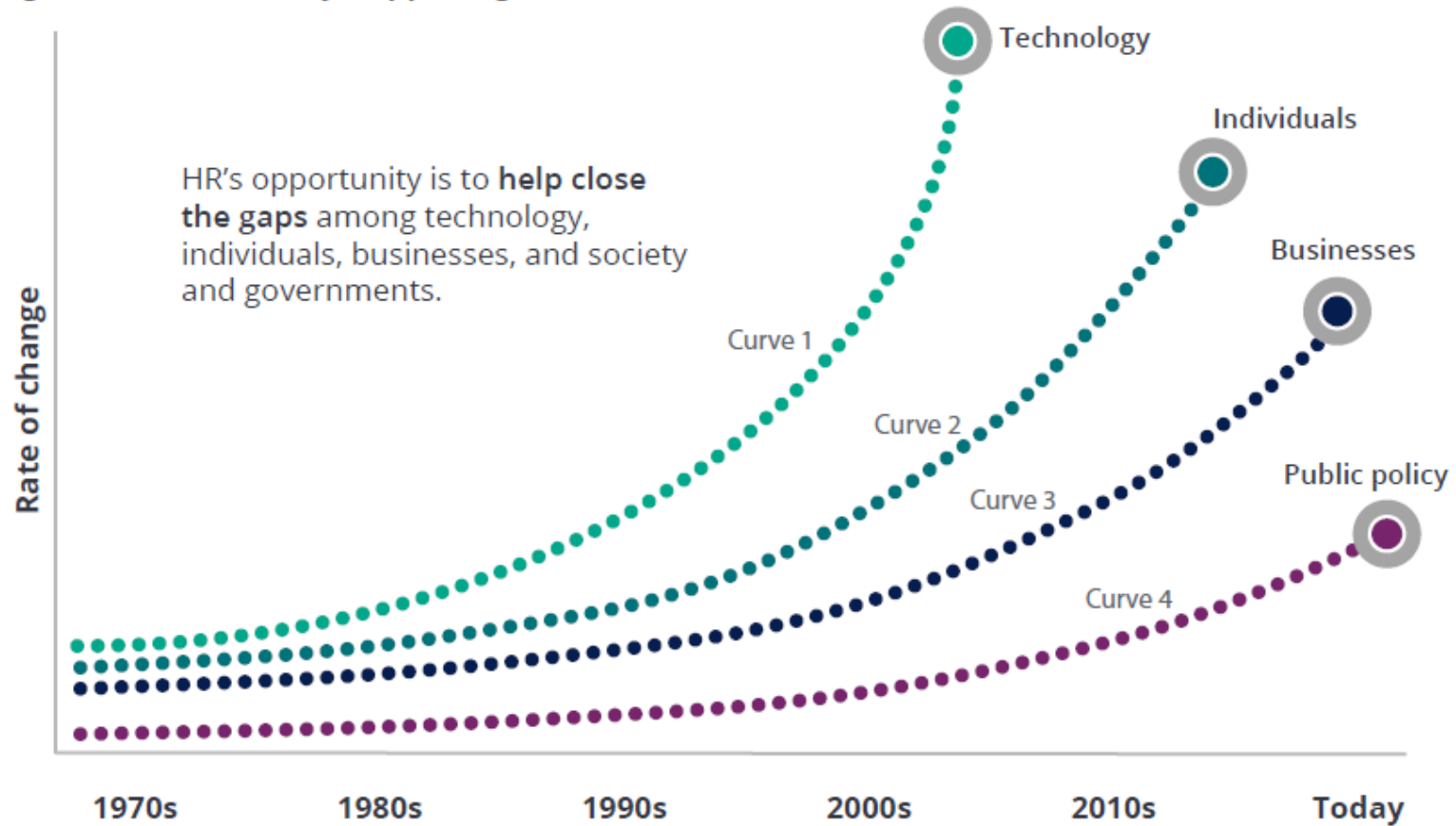
Sin importar los efectos en la inflación

Compras a través de tarjetas de credito



Carpe diem frente a la transformación digital: Viviendo el ahora

Figure 2. What is *really* happening



Deloitte University Press | dupress.deloitte.com

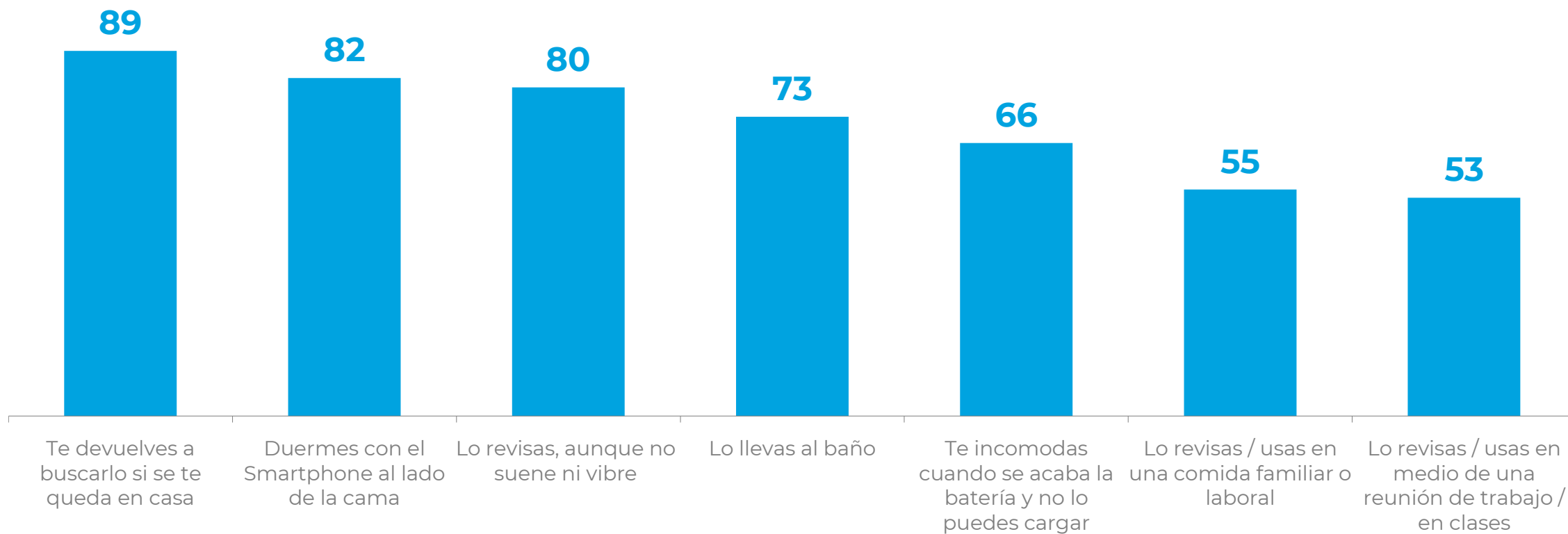
A medium shot of Elon Musk speaking. He is wearing a dark suit jacket over a black t-shirt. His hands are clasped together in front of him. He is looking slightly to his right with a thoughtful expression. The background is dark with some out-of-focus light sources.

«Ya somos un cyborg hasta cierto punto. Tienes tu teléfono, tienes tu computadora ... Si te falta tu teléfono, se siente como el síndrome de una extremidad perdida»,

No podemos vivir sin nuestro smartphone

Con respecto al uso de tu Smartphone, ¿Nos podrías decir si tú...?

% Sí

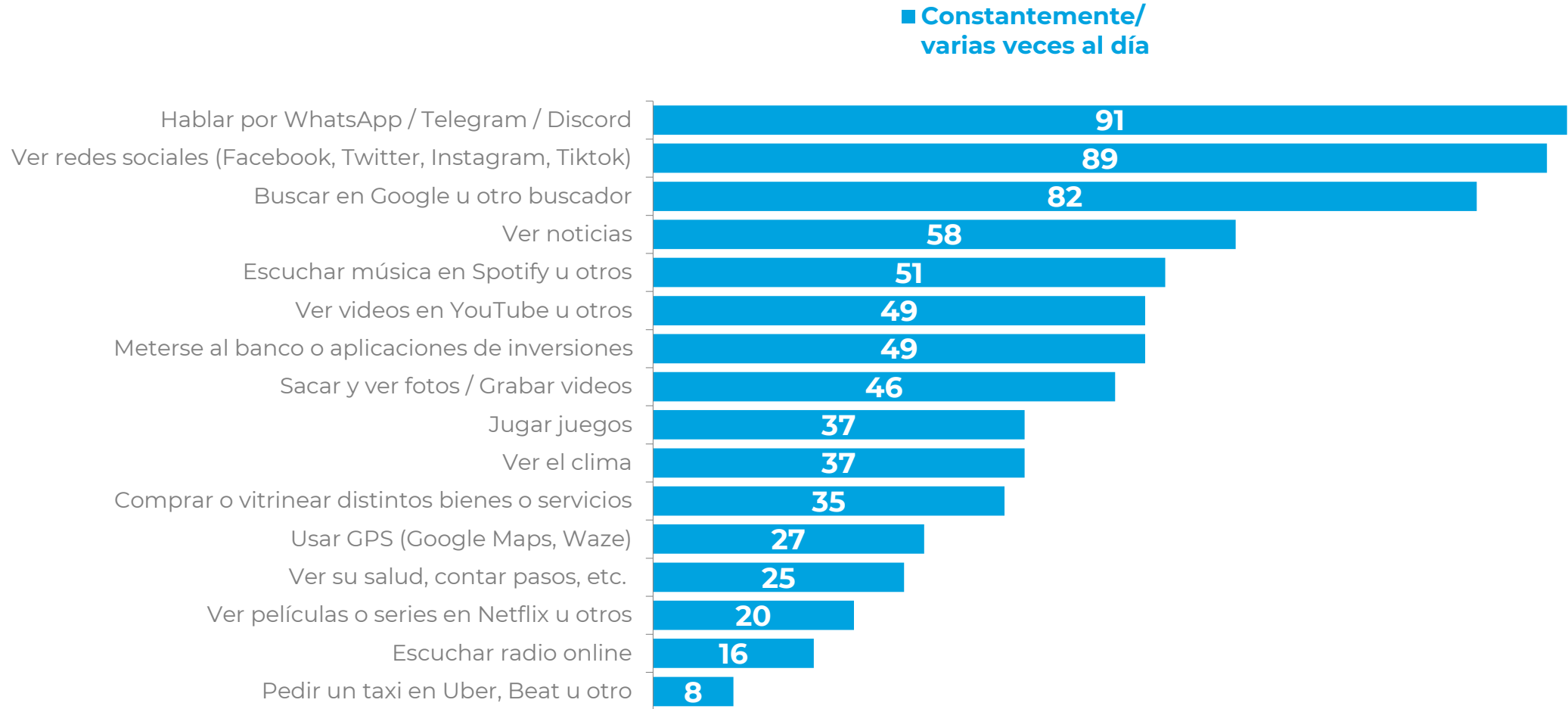


Casos: Entre quienes tienen smartphone 2018 N=1.461 / 2022 N=1.505.

Vivimos conectados

Pensando en un día normal, ¿Con cuánta frecuencia usas tu smartphone para...?

%

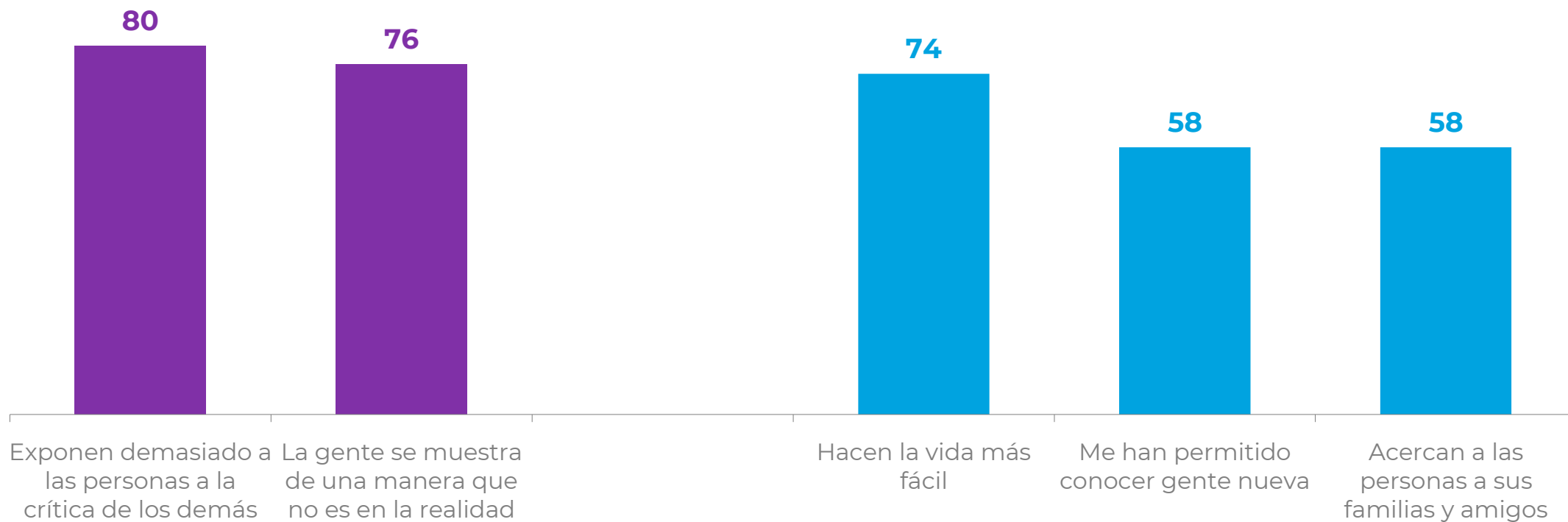


Casos: Entre quienes tienen smartphone N=1.505.

Vivir en red tiene ventajas y desventajas

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con las siguientes afirmaciones sobre las Redes Sociales y los Smartphones?

% Muy de acuerdo + De acuerdo



5 cambios que están definiendo la actitud del consumidor chileno

1



Revaloración de lo local y originario. La cultura de lo breve y desechable

2



Comportamiento mediambiental como driver de consumo y comportamiento ciudadano. La revalorización del Estado en los recursos naturales

3



Nueva definición de experiencia del cliente (impulsada por los actores digitales y la adopción en pandemia)

4



Comprador en la era digital

5



Marcas ciudadanas. Marcas presentes, consideradas como un aporte a la sociedad y, a la vez, por ser relevantes para los consumidores



El desafío de construir Marcas Ciudadanas en modo carpe diem



¿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 250 Marcas



Metodología

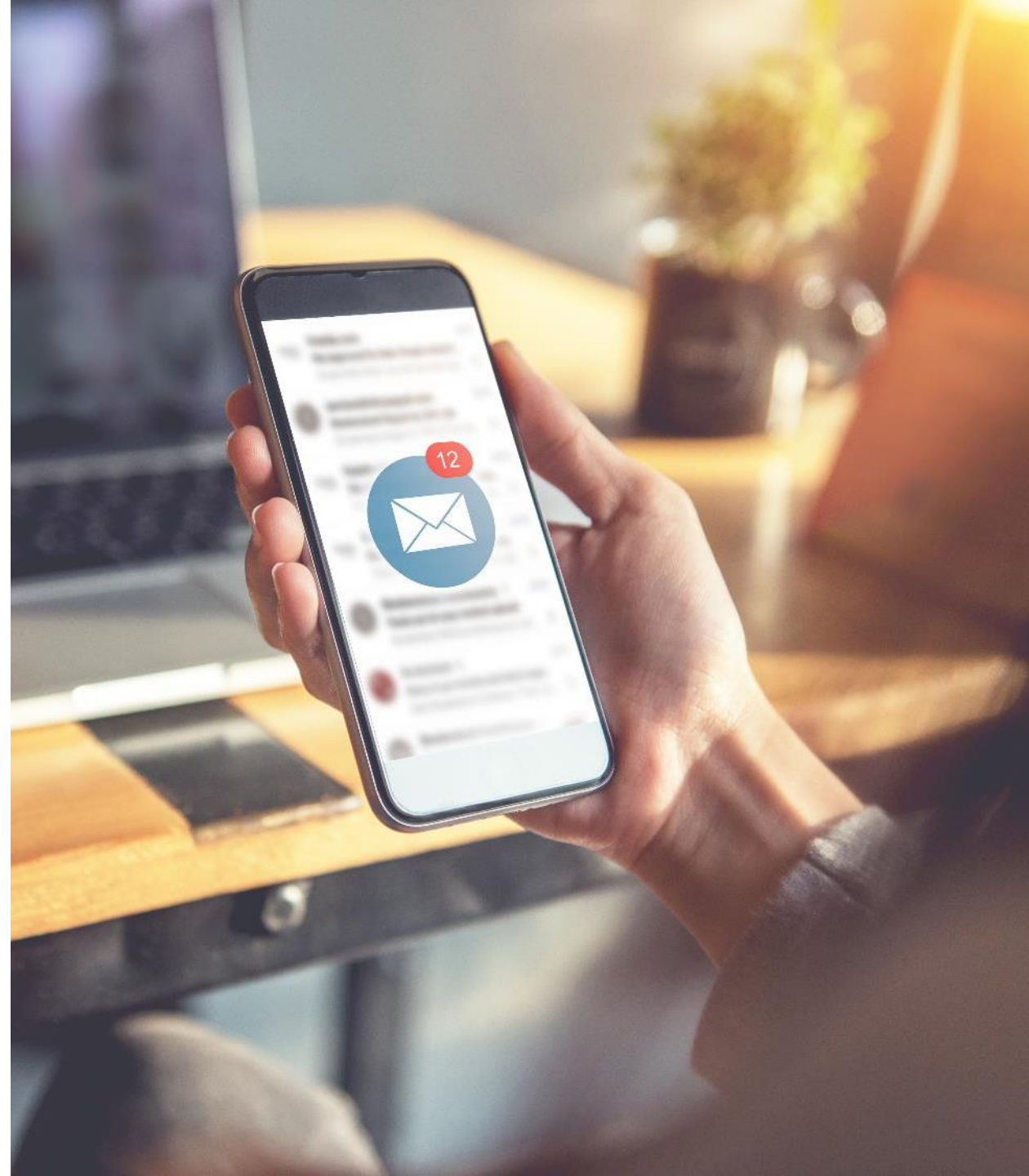
Encuesta auto administrada enviada vía mail a panelistas de **Cadem Online y Comunidad Cadem**, con edades **entre 18 y 70 años**, aplicada en Santiago, pertenecientes a los niveles socioeconómicos **C1, C2 y C3D**.

Primer semestre 2022

(Campo realizados entre el 18 de abril y el 10 de mayo)

5.100 casos totales

*En esta medición realizamos 300 encuestas por marca



Modelo de Marcas Ciudadanas

Definimos 3 atributos principales que se evalúan en el modelo



Presencia
Positiva

+



Relevancia

+



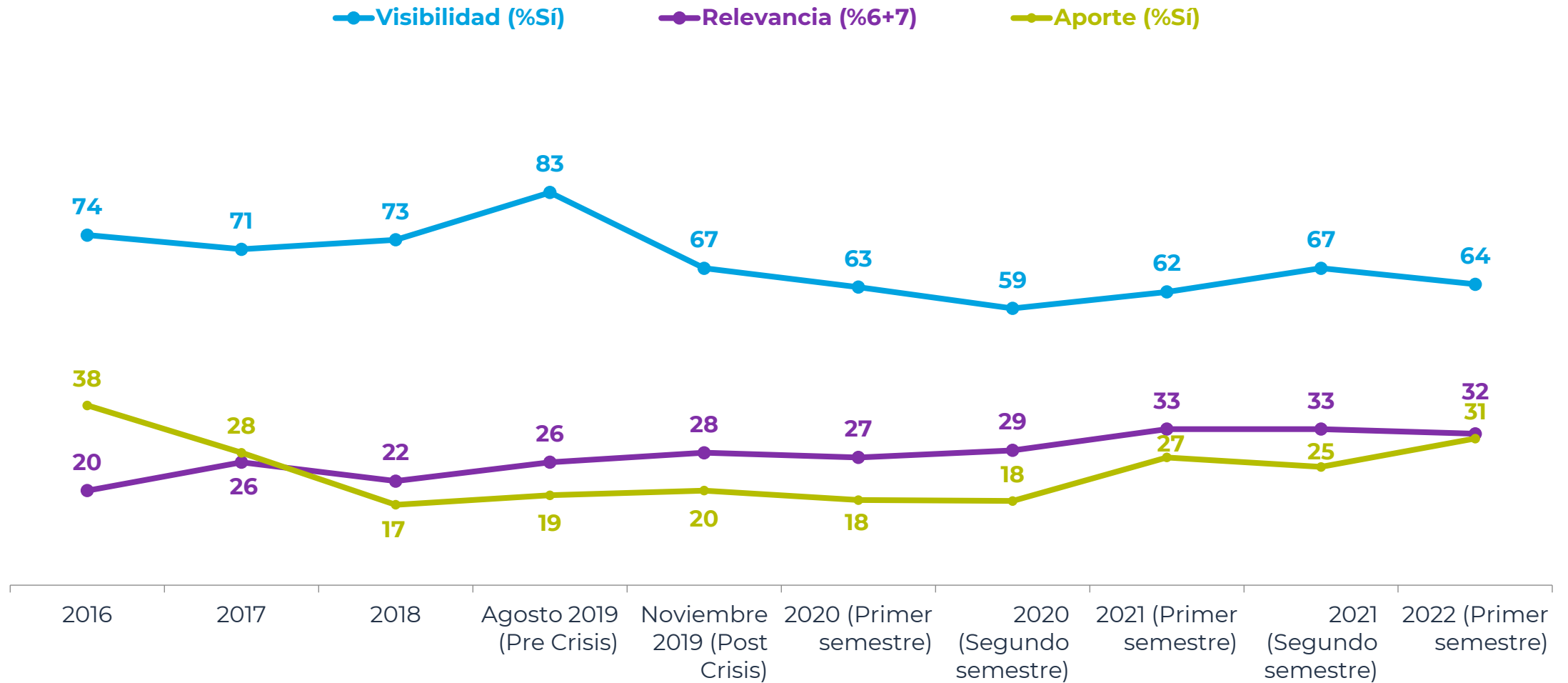
Aporte

=



Marcas
Ciudadanas

Evolutivo Total Marcas





Ranking de Marcas Ciudadanas 2022

Son 38 marcas que destacan del resto. Desde su propósito logran hacerse visibles.

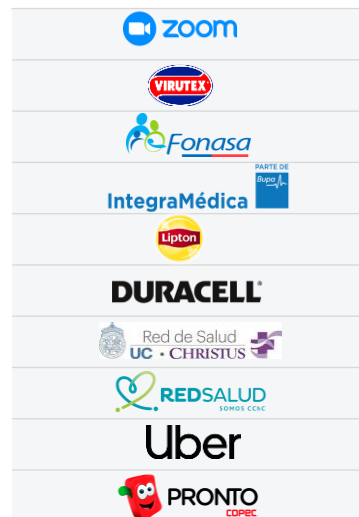


Marcas Ciudadanas 2022 – Primer Semestre

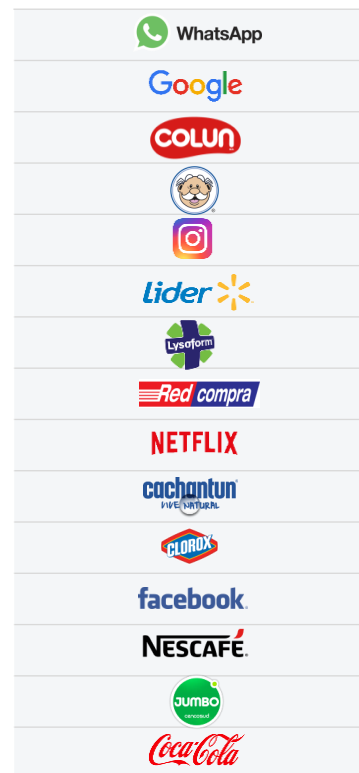
1.  WhatsApp	11.  mercado pago	21.  mercado libre	31.  Caja Vecina
2.  Google	12.  cachantun	22.  METRO DE SANTIAGO	32.  WOM
3.  COLUN	13.  CLOROX	23.  BancoEstado	33.  f.
4.  YouTube	14.  facebook	24.  SODIMAC HOMECENTER	34.  transbank.
5. 	15.  NESCAFÉ	25.  Quix	35.  e
6.  Instagram	16.  JUMBO cencosud	26.  Nestlé	36.  falabella.com
7.  lider	17.  Coca-Cola	27.  IANSÁ	37.  Chile Visión
8.  Lysolform	18.  SAMSUNG	28.  COPEC	38.  Santa Isabel cencosud
9.  Red compra	19.  Soprole	29.  Spotify	
10.  NETFLIX	20.  Confort	30.  Cruz Verde	

Marcas Ciudadanas 2022 – Salen, se mantienen y entran

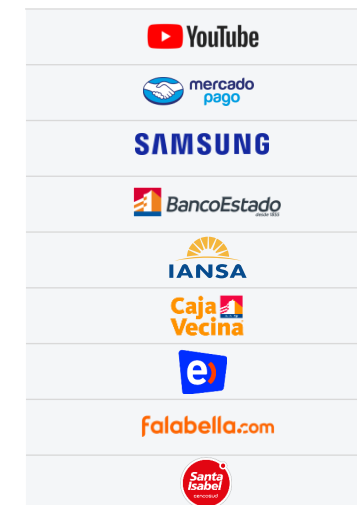
Marcas que salen



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 cooperativas
						
Carnes y cecinas	Centros comerciales	Comida rápida	Concesionarias	Consumo masivo	Corporativas	Canales de pago
						
Cuidado personal y del hogar	Delivery	Estaciones de servicio	Farmacia	Higiene hogar	Intermediarios	Isapres
						
Market place	Medios de comunicación	Medios de pago	Multicategoría	Perfumería	RRSS	Retail
						
Salud	Seguros	Servicios	Supermercados	Tecnología	Telecomunicaciones	Tiendas de conveniencia
						
Tarjetas	Vestuario	Viajes y medios de transporte y correos				
						

Ranking global 2022 – Primer Semestre - TOP 80 Marcas

	Ranking 2022 -I		Ranking 2021-II
1	 WhatsApp	=	1
2		=	2
3		=	3
4	 YouTube		-
5		↑	11
6		=	8
7		↑	13
8		=	4
9		=	6
10		↓	5
11			-
12		=	9
13		↓	7
14		=	12
15		↑	23
16		=	15
17		↑	27
18		↑	42
19		↑	33
20		=	22

	Ranking 2022 -I		Ranking 2021-II
21	 mercado libre	↓	14
22	 METRO DE SANTIAGO	↓	16
23	 BancoEstado	↑	41
24	 SODIMAC HOMECENTER	↑	35
25	 Quix	↓	10
26	 Nestlé	=	25
27	 IANSA	-	-
28	 COPEC	↓	19
29	 Spotify	↓	17
30	 Cruz Verde	↓	24
31	 Caja Vecina	↑	46
32	 WOM	↑	37
33	 f.	=	29
34	 transbank.	↓	26
35	 e)	↑	51
36	 falabella.com	-	-
37	 Chile Visión	=	36
38	 Santa Isabel Alimentos	↑	67
39	 Fonasa	↓	21
40	 Lipton	↓	30

	Ranking 2022-I		Ranking 2021-II
41		-	
42			31
43			50
44			44
45			28
46			34
47			219
48		-	
49			38
50			52
51			18
52			49
53			59
54			55
55			87
56			94
57			57
58			61
59			39
60			54

	Ranking 2022 -I		Ranking 2021-II
61			53
62			60
63			43
64			78
65			65
66			64
67			47
68			68
69			62
70			70
71			48
72			73
73			45
74			58
75			-
76			79
77			56
78			86
79			69
80			32

Ranking global 2022 – Primer Semestre – Marca 81 a Marca 160

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
81		↓	75
82		↓	72
83		=	83
84		↑	90
85		↓	40
86		↑	99
87			-
88		↓	20
89		↓	80
90		↓	85
91		↓	76
92		=	89
93		↑	220
94		↓	82
95		↑	109
96			-
97		=	96
98		↓	88
99		↓	63
100		↓	74

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
101		↓	84
102		↓	66
103		↓	93
104		↓	71
105		↑	111
106		↑	134
107		↓	91
108		=	101
109		↓	92
110		=	108
111		↑	116
112		↓	104
113		↑	124
114		=	110
115		↑	127
116		↑	143
117		↓	81
118		↓	100
119		↓	112
120		=	117

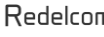
 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
121		↑	130
122		↓	103
123		=	126
124		↓	115
125		↑	137
126		↓	98
127			-
128		=	129
129		↓	114
130		↑	140
131		↑	151
132		↓	125
133		↑	165
134		↓	122
135		↓	123
136		=	135
137		↓	120
138		↓	121
139		↓	102
140		=	139

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
141		↓	131
142		↓	97
143		=	141
144		↓	106
145		↓	118
146		↑	156
147		↓	105
148		↓	136
149		=	146
150		↓	138
151		↓	107
152		↓	128
153			-
154		↓	119
155		↓	132
156		↓	142
157		=	157
158		=	160
159		=	161
160		↓	152

Ranking global 2022 – Primer Semestre – Marca 161 a Marca 220

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
161		↑	168
162		↓	144
163		↓	145
164		↓	133
165		↓	148
166		↓	150
167		↑	192
168		=	167
169		↓	113
170		↑	176
171		=	169
172		↑	202
173		↓	155
174			-
175		↓	163
176		=	177
177		↓	159
178		↓	153
179		↓	164
180		↓	158

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
181		↓	170
182		↓	174
183		↑	188
184		↓	179
185			-
186		↓	172
187		↓	181
188		↓	154
189		↓	162
190		↓	166
191		=	191
192		=	193
193		↑	199
194		↓	173
195		↑	200
196		↓	187
197		↓	186
198		=	198
199		↓	185
200		↓	189

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
201		↓	178
202		↓	197
203		↓	190
204		=	207
205		↓	171
206		=	206
207		=	205
208			-
209		↓	196
210			-
211		↓	201
212			-
213		↓	183
214		↓	204
215		=	211
216		↓	212
217			-
218		↓	208
219		↓	214
220		=	217

Ranking global 2022 – Primer Semestre – Marca 221 a Marca 250

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
221		↓	210
222		↓	213
223		↓	216
224			-
225			-
226		↓	221
227		=	225
228		↓	218
229		↑	237
230		↑	240
231		=	235
232		↓	223
233		↓	194
234		↓	224
235		↓	230
236		↓	228
237		↓	215
238		↓	209
239		↓	226
240		↓	222

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
241		↓	95
242		↓	232
243		↓	227
244		↓	231
245		↓	234
246		↓	229
247		↓	239
248		↓	233
249		↓	238
250		↓	236



Zoom a la presencia, relevancia y aporte de las marcas





**Presencia
Positiva**

+



Relevancia

+



Aporte

=



**Marcas
Ciudadanas**

Ranking Presencia 2022 – Primer Semestre - TOP 80 Marcas

 Ranking 2022 -I		Ranking 2021-II		 Ranking 2022 -I		Ranking 2021-II		 Ranking 2022 -I		Ranking 2021-II		 Ranking 2022 -I		Ranking 2021-II	
1	 WhatsApp	=	3	21	 Banco Falabella	↑	50	41	 Banco Falabella	↑	48	61	 METRO DE SANTIAGO	↓	52
2	 Google	=	5	22	 SODIMAC HOME CENTER	=	20	42	 transbank.	=	45	62	 Miraflores		-
3	 YouTube		-	23	 SAMSUNG	=	19	43	 Lipton	↓	34	63	 pepsi.	↓	27
4	 Lider	=	2	24	 Nestlé	=	21	44	 Twitter	↑	55	64	 cachantun	↓	38
5	 COLUN	=	4	25	 Cruz Verde	↓	15	45	 PRONTO COPEC	=	43	65	 sb	↓	46
6	 Instagram	↑	11	26	 HELLMANN'S	=	30	46	 Spotify	↓	24	66	 PAPA JOHN'S	↓	60
7	 Coca-Cola	↑	12	27	 UNIMARC	↑	37	47	 Santander	↑	82	67	 Elite	↑	86
8	 facebook	↑	13	28	 cencosud	=	31	48	 PUNTO COPEC	↑	54	68	 CLOROX	↓	17
9	 Soprole	↑	26	29	 e	↑	40	49	 carozzi	↑	77	69	 Banco de Chile	↓	44
10	 NETFLIX	↓	1	30	 IANSA		-	50	 Quix	↓	9	70	 TUCAPEL	↑	84
11	 mercado libre	=	7	31	 Recetas de Abuelo	=	29	51	 Wallis	↓	30	71	 Costa	=	70
12	 NESCAFÉ	↑	23	32	 La Crianza	=	33	52	 CCU	↑	89	72	 CAJA LOS ANDES	↑	108
13	 f	=	9	33	 SUPER POLLO	↑	72	53	 Chile Visión	↑	63	73	 farmacias ahumada	↑	88
14	 WOM	=	14	34	 TOTTUS	=	35	54	 Maggi	↑	76	74	 13	↑	243
15	 mercado pago		-	35	 paris	↓	28	55	 PedidosYa	↓	42	75	 MEGA	↓	57
16	 Red compra	↓	8	36	 Uber	↓	22	56	 mallplaza	↑	66	76	 Red Bull	↑	98
17	 Jumbo	=	16	37	 Banco Falabella Hablamos mirándote a los ojos	↑	51	57	 RIPLEY	↓	47	77	 McKay		80
18	 COPEC	=	18	38	 Confort	=	36	58	 McDonald's	=	61	78	 Uber Eats	↓	65
19	 falabella.com		-	39	 TikTok		-	59	 easy	↑	64	79	 LUCCHETTI	↑	92
20	 BancoEstado	↑	32	40	 Lysoform	↓	6	60	 CMR Falabella	=	58	80	 Savory	↓	39

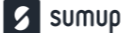
Ranking Presencia 2022 – Primer Semestre – Marca 81 a Marca 160

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II	 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II	 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II	 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
81		↓	73	101		↓	59	121		=	118	141			-
82		↓	56	102		↑	116	122		↓	83	142		=	141
83			-	103		↑	125	123		↓	117	143		↓	112
84		↓	49	104		=	102	124			-	144		↑	166
85		↓	100	105		↑	245	125		↓	69	145		=	143
86		↓	41	106		=	102	126			-	146		=	150
87		=	90	107		↑	111	127		=	131	147		↑	168
88		↑	99	108		↓	95	128		↓	114	148		=	151
89		↓	74	109		↓	91	129		↑	136	149		↓	115
90		↓	81	110		↓	100	130		=	132	150		↓	118
91			-	111		↓	104	131		↓	121	151		↓	133
92		↑	109	112		↓	79	132		↓	75	152		↑	160
93		↓	71	113		↓	68	133		↓	120	153		↑	179
94		↓	78	114		↓	53	134		↓	25	154		↑	171
95		↓	66	115		↑	128	135		↓	110	155		↓	142
96		=	96	116		↓	97	136		↓	126	156		↓	107
97		↑	105	117		↓	106	137		↑	158	157		↓	124
98		=	112	118		↓	85	138		↓	123	158		=	155
99		↑	127	119		↓	129	139		↓	94	159		↑	174
100		↓	87	120		↓	137	140		↓	129	160		↓	147

Ranking Presencia 2022 – Primer Semestre – Marca 161 a Marca 220

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
161		↓	93
162		=	163
163		↓	122
164		=	165
165		↓	153
166		↓	157
167		↓	138
168		↓	154
169		↓	146
170		↑	182
171		↓	135
172		↓	167
173		↑	180
174		↑	185
175		↓	140
176		↓	164
177		↓	148
178		=	176
179		=	175
180		↓	134

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
181		↓	139
182		↓	161
183		↓	152
184		-	-
185		↓	149
186		↓	145
187		-	-
188		↓	156
189		↓	183
190		↓	143
191		-	-
192		↓	159
193		↓	172
194		=	191
195		↓	186
196		↓	184
197		↓	162
198		↓	177
199		↓	173
200		↓	181

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
201		-	-
202		↓	193
203		↓	189
204		↓	187
205		↓	178
206		↓	188
207		↓	192
208		↓	194
209		↓	196
210		-	-
211		↓	170
212		-	-
213		↓	199
214		↓	197
215		↓	203
216		-	-
217		-	-
218		↓	195
219		↓	202
220		↓	198

Ranking Presencia 2022 – Primer Semestre – Marca 221 a Marca 250

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
221	 ZURICH	↓	205
222	 edenred	↓	201
223	 Indumotora One	↓	204
224	 aramark		-
225	 casinoexpress		-
226	 uno afp	=	228
227	 nueva masvida	=	229
228	 CONSORCIO	↓	200
229	 BANCO security	=	230
230	 Colmena	=	233
231	 afp PlanVital	=	231
232	 sura	↓	190
233	 CruzBlanca	=	234
234	 consalud	=	235
235	 CuprumAFP Una compañía Principal®	=	232
236	 ProVidaAFP Una compañía MetLife	=	237
237	 METROGAS	=	241
238	 Banmédica	=	238
239	 JetSMART	↓	169
240	 AFP Capital Una empresa sura	=	236

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
241	 afp modelo	=	240
242	 AFP HABITAT	=	239
243	 vtr	=	242
244	 Gasco	=	250
245	 abastible	↑	249
246	 enel	=	248
247	 movistar	↓	62
248	 Claro Red	=	246
249	 Red	=	244
250	 Lipigas	=	247

Marcas Ciudadanas Modelo de Relevancia



**Presencia
Positiva**



Relevancia



Aporte

**Funcionalidad
Liderazgo**



Hacer

**Estilo
Genera Afecto**



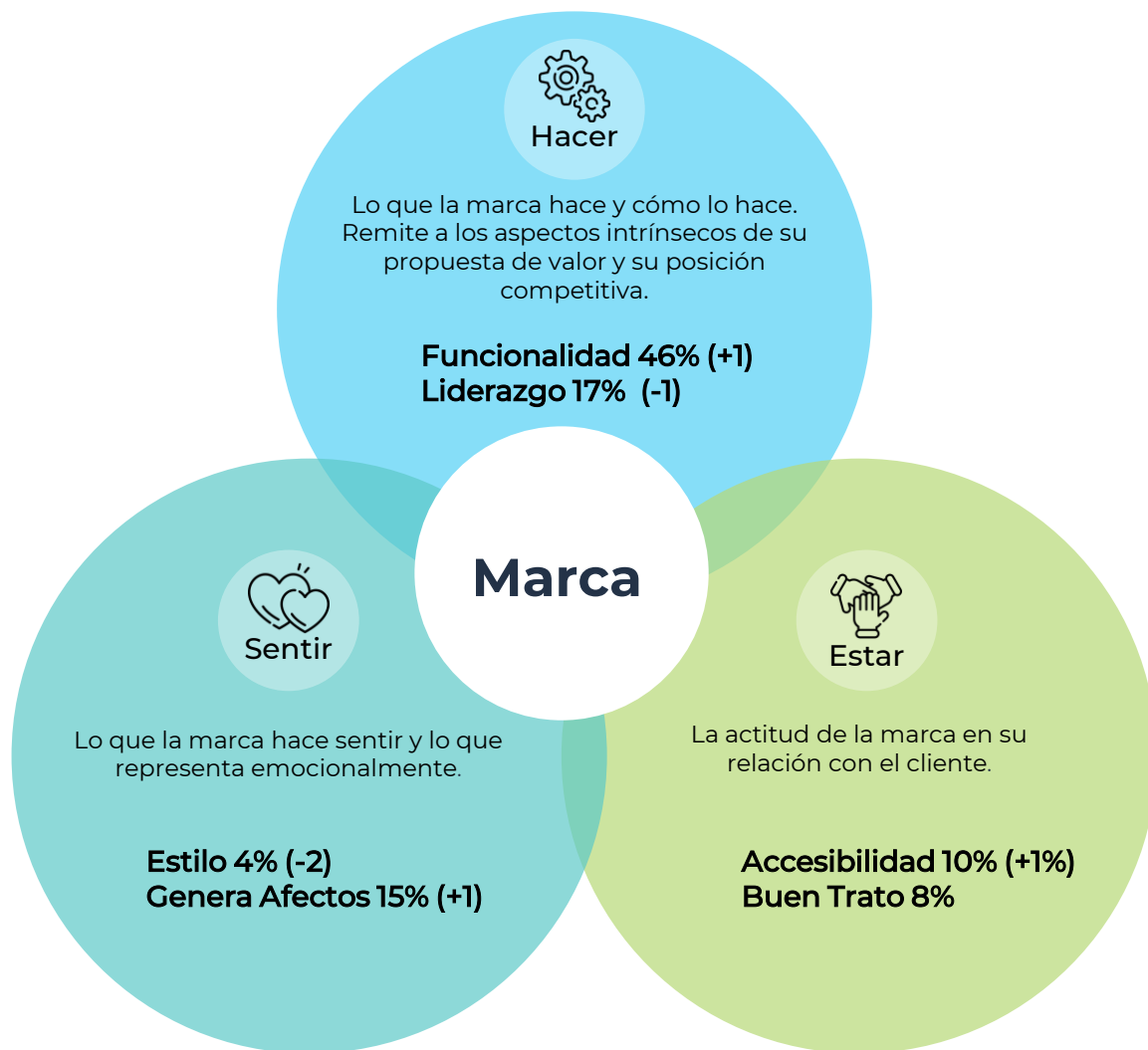
Sentir

**Accesibilidad
Buen Trato**



Estar

Dimensiones que sustentan la relevancia de las Marcas Ciudadanas 2022



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

● Funcionalidad

● Liderazgo

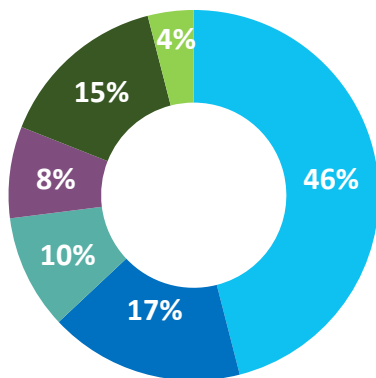
● Accesibilidad

● Buen trato

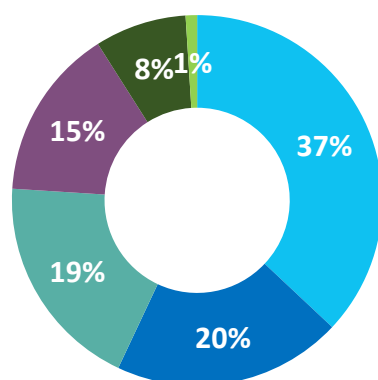
● Genera Afectos

● Estilo

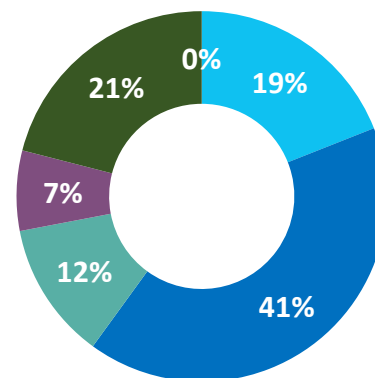
Total



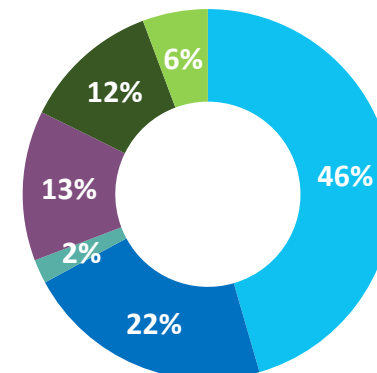
RRSS/App



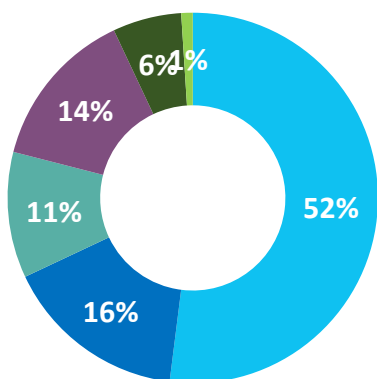
Marcas corporativas



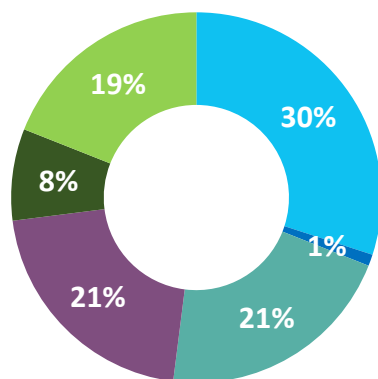
Consumo Masivo



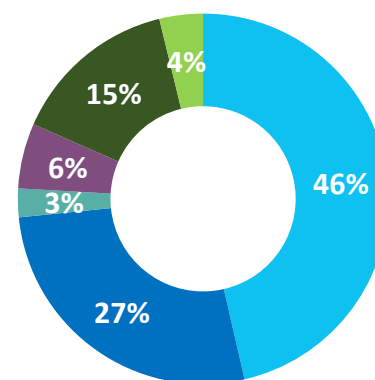
Bancos



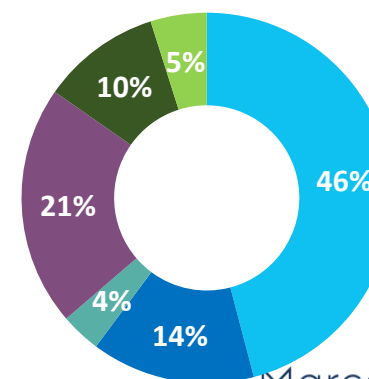
Supermercados



Telcos



Retail



Ranking Relevancia 2022 – Primer Semestre - TOP 80 Marcas

 Ranking 2022 -I		Ranking 2021-II
1	 WhatsApp	= 1
2	 Google	= 2
3	 COLUN	= 3
4	 YouTube	-
5	 Instagram	= 8
6	 SAMSUNG	↑ 31
7	 NESCAFÉ	= 11
8	 cachantun	= 9
9	 Coca-Cola	↑ 24
10	 Lysoform	↓ 4
11	 Red compra	↑ 6
12	 Quix	= 10
13	 DURACELL	= 14
14	 NETFLIX	↑ 5
15	 CLOROX	↑ 7
16	 M&M's	↑ 22
17	 Nestlé	= 16
18	 Lipton	↓ 12
19	 Confort	= 20
20	 facebook	= 17

 Ranking 2022 -I		Ranking 2021-II
21	 Lider	↑ 29
22	 Receta del Abuelo	↑ 13
23	 Savory	↑ 30
24	 Soprole	↑ 42
25	 COPEC	↓ 15
26	 IANSÁ	-
27	 Dove	-
28	 Jumbo	↓ 19
29	 PRONTO COPEC	= 28
30	 NIKE	↑ 38
31	 Spotify	↓ 18
32	 carozzi	= 33
33	 SODIMAC HOMECENTER	= 35
34	 NIVEA	= 37
35	 Elite	= 34
36	 adidas	= 32
37	 mercado libre	↓ 21
38	 HELLMANN'S	↓ 23
39	 mercado pago	-
40	 Walt's	↑ 47

 Ranking 2022 -I		Ranking 2021-II
41	 TUCAPEL	↓ 36
42	 Microsoft	↑ 67
43	 IDEAL	↑ 57
44	 Apple	↑ 60
45	 M&M's	↓ 65
46	 kustmann	-
47	 GUALIARAUCO	-
48	 Maggi	= 44
49	 waze	↓ 41
50	 f	↓ 39
51	 e	↑ 56
52	 roSen	↓ 45
53	 Crianza	↓ 25
54	 LUCCHETTI	= 54
55	 Costa	↓ 46
56	 SUPER POLLO	= 55
57	 transbank	↓ 26
58	 falabella.com	-
59	 Miraflores	-
60	 CCU	↑ 88

 Ranking 2022 -I		Ranking 2021-II
61	 gourmet	↓ 53
62	 OMO	-
63	 VISA	↓ 59
64	 LONCO LECHE	= 69
65	 METRO DE SANTIAGO	↓ 43
66	 BancoEstado	↑ 79
67	 cencosud	= 68
68	 VIRUTEX	↓ 27
69	 Unimart	= 58
70	 La Preferida	↑ 75
71	 TRAMONTINA	↓ 64
72	 zoom	↓ 49
73	 chilexpress	↑ 98
74	 WOM	= 74
75	 preuníc	↑ 87
76	 Caja Vecina	↑ 86
77	 LG	↑ 106
78	 SONY	= 76
79	 PAPA JOHN'S	↓ 52
80	 paris	↓ 52

Ranking Relevancia 2022 – Primer Semestre – Marca 81 a Marca 160

 Ranking 2022 -I		Ranking 2021-II	 Ranking 2022 -I		Ranking 2021-II	 Ranking 2022 -I		Ranking 2021-II	 Ranking 2022 -I		Ranking 2021-II
81		↓ 62	101		↓ 73	121		= 125	141		↓ 120
82		↑ 112	102		↓ 89	122		↓ 71	142		↑ 163
83		↓ 61	103		↓ 83	123		↑ 138	143		= 139
84		↑ 109	104		↓ 97	124		= 123	144		↑ 173
85		↑ 100	105		-	125		↓ 102	145		↓ 107
86		↓ 40	106		↓ 96	126		↑ 143	146		↑ 166
87		↓ 51	107		= 105	127		↓ 122	147		↓ 133
88		↓ 72	108		↑ 114	128		= 127	148		↑ 181
89		↑ 121	109		↓ 90	129		↑ 137	149		↓ 129
90		↓ 82	110		↑ 126	130		↓ 95	150		↓ 141
91		↓ 101	111		↓ 66	131		↓ 80	151		= 153
92		↑ 118	112		↓ 85	132		↑ 145	152		↓ 103
93		↑ 110	113		↓ 70	133		= 136	153		↓ 128
94		↑ 115	114		↑ 130	134		↓ 99	154		↑ 178
95		↓ 48	115		-	135		↓ 94	155		↑ 162
96		↓ 77	116		= 113	136		↓ 93	156		↓ 124
97		↓ 81	117		↑ 132	137		↓ 131	157		↓ 119
98		↓ 104	118		↑ 144	138		↑ 171	158		↑ 177
99		↓ 78	119		↓ 63	139		↓ 91	159		↓ 146
100		↓ 92	120		↑ 135	140		↓ 116	160		= 156

Ranking Relevancia 2022 – Primer Semestre – Marca 161 a Marca 220

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
161		↑	167
162		↓	152
163		↓	117
164		=	169
165		↓	151
166		↓	157
167		↓	134
168		↓	159
169		↓	147
170		↓	142
171		↓	158
172		↓	155
173		↓	161
174		↓	165
175		=	176
176		↑	185
177			-
178		↑	184
179		=	182
180		↓	84

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
181		↑	190
182		↑	215
183		↑	196
184		↓	154
185		↓	140
186		↑	219
187		↓	168
188		↑	191
189		↑	204
190		↓	160
191		↑	205
192		=	194
193		↑	207
194		↑	212
195		↑	214
196		↓	175
197		↑	221
198		=	201
199		↓	188
200			-

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
201		↓	180
202		↓	170
203		↓	183
204		↓	189
205		↓	179
206		↓	148
207		=	203
208		=	211
209		↑	220
210			-
211		=	208
212		↓	150
213		↑	227
214		↓	186
215		↓	198
216		↓	199
217		↓	192
218			-
219		↑	229
220		↓	206

Ranking Relevancia 2022 – Primer Semestre – Marca 221 a Marca 250

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
221		↓	213
222		=	224
223		↓	195
224		↓	197
225		↓	218
226		↓	202
227		↓	234
228		↓	210
229		↓	209
230		↓	200
231		↓	217
232		↓	223
233		↓	228
234		↓	216
235		↓	233
236			
237		=	236
238		=	240
239		↓	232
240		↓	222

 Ranking 2022 -I			Ranking 2021-II
241		↓	231
242		↓	237
243		↓	235
244		↓	226
245		↓	225
246		↓	238
247		↓	230
248			-
249			-
250		↓	239

Marcas Ciudadanas

Modelo de Aporte



Presencia
Positiva



Relevancia



Aporte

Social / comunitario



Comportamiento ético

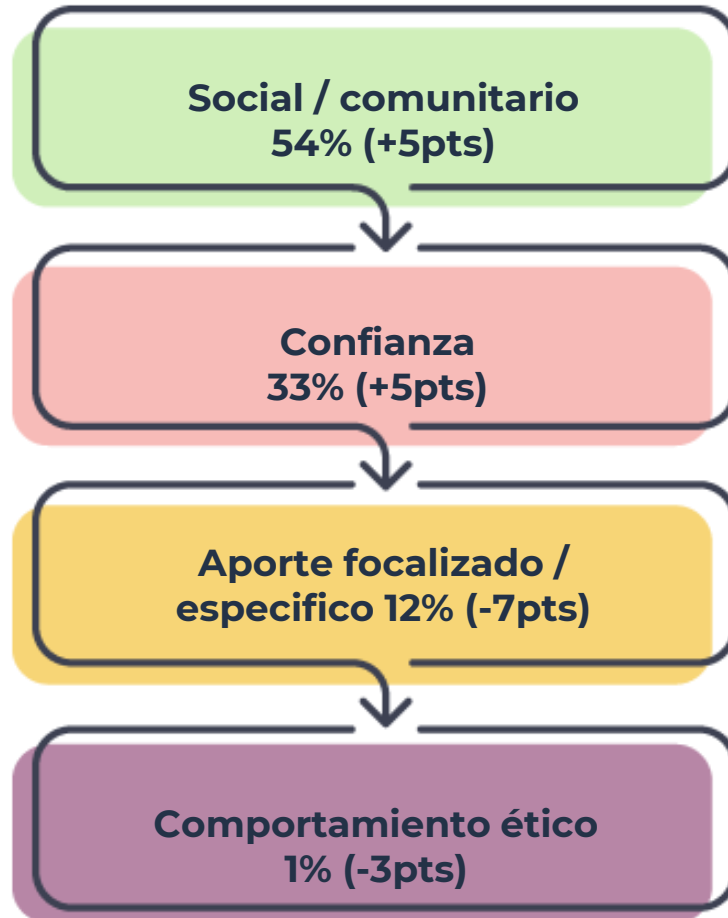


Confianza



Aporta focalizado /
específico

Modelo de Aporte



Atributos

Es una marca que aporta frente a las crisis del país

Es una marca que siempre aporta a la sociedad, más allá de la contingencia

Aporta a la comunidad que la rodea

Mejora mi calidad de vida

Es genuina, creíble, confiable

Es una marca consistente, comunica de manera clara

Es amigable con el planeta, con los animales

Apoya a fundaciones / ONG

Aporta a la cultura, al arte, al deporte

Trata bien a sus trabajadores y proveedores

Tiene un comportamiento ético

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

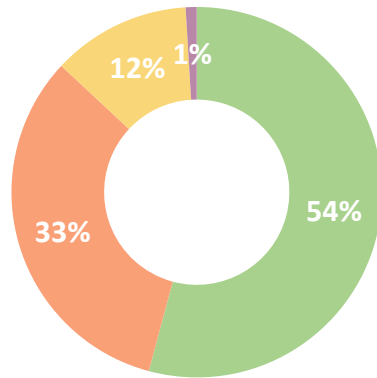
● Social / comunitario

● Confianza

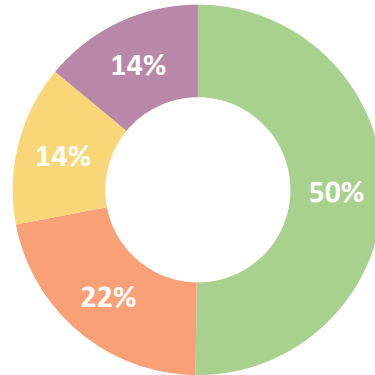
● Aporte específico

● Comportamiento ético

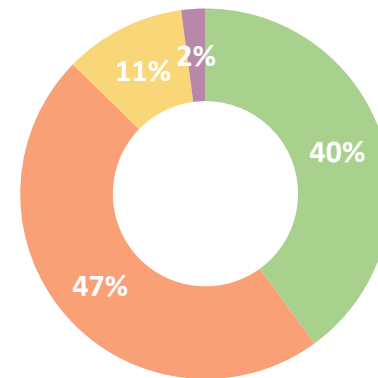
Total



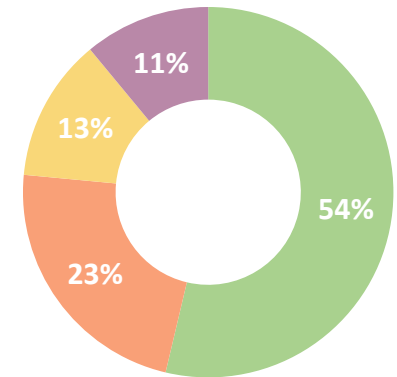
Delivery



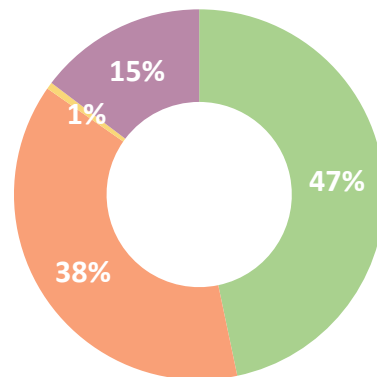
AFP's



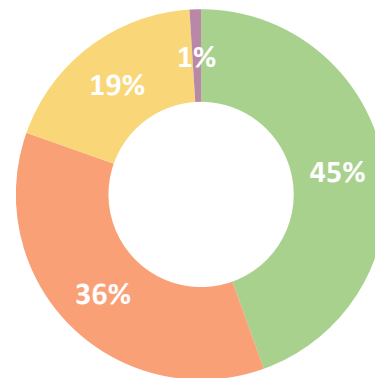
Marcas corporativas



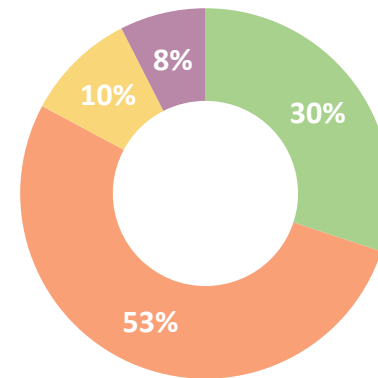
Bancos



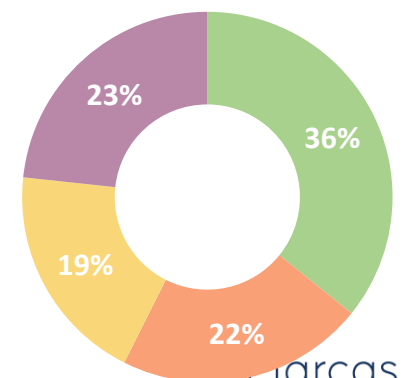
Farmacias



Servicios



Retail



Aporte 2022 – Primer Semestre - TOP 80 Marcas

 Ranking 2022-I		Aporte 2021-II
1		= 2
2		= 1
3		↑ 9
4		= 8
5		= 5
6		-
7		= 11
8		↓ 3
9		-
10		= 10
11		↑ 26
12		↑ 19
13		↓ 6
14		↓ 4
15		= 18
16		= 15
17		↓ 7
18		= 20
19		↑ 41
19		↑ 55

 Ranking 2022-I		Aporte 2021-II
21		↓ 14
22		↓ 13
22		↓ 16
24		= 24
25		↓ 12
26		↓ 21
27		= 31
28		= 25
29		↓ 23
30		↑ 51
31		↑ 52
32		↓ 22
33		= 30
34		= 38
35		↑ 69
36		↓ 17
36		= 35
38		↓ 32
39		↓ 28
40		↑ 87

 Ranking 2022-I		Aporte 2021-II
41		↓ 29
42		= 42
43		-
44		↓ 33
45		↑ 67
46		= 44
47		↑ 54
48		-
49		↑ 71
50		↓ 27
51		↑ 72
52		↓ 36
52		↑ 76
54		↑ 78
55		↑ 74
56		↓ 46
57		↓ 37
58		↓ 47
59		= 56
60		↓ 50

 Ranking 2022-I		Aporte 2021-II
61		= 64
61		↑ 124
63		↑ 92
64		↓ 45
65		↓ 49
66		↑ 73
67		↓ 39
68		-
69		↓ 40
70		↓ 43
71		↓ 34
71		↓ 53
73		↑ 81
74		↓ 61
74		↑ 85
74		-
77		↑ 99
78		↓ 48
79		= 79
80		↑ 168

Aporte 2022 – Primer Semestre – Marca 81 a Marca 158

 Ranking 2022-I		Aporte 2021-II
81		= 82
82		↓ 58
82		↑ 123
84		↓ 59
85		↓ 66
86		↑ 101
87		↓ 60
88		↓ 63
88		↓ 68
88		↓ 80
88		= 88
88		-
93		↓ 86
94		↓ 83
94		↑ 151
96		= 98
97		↑ 118
98		↑ 107
99		↑ 146
100		↓ 91

 Ranking 2022-I		Aporte 2021-II
101		= 100
102		↑ 109
102		↑ 128
104		↓ 57
105		-
106		↓ 62
106		= 105
108		↓ 93
109		↓ 65
110		↓ 89
111		↓ 84
112		↓ 77
113		↓ 106
113		↑ 125
115		= 113
116		↑ 156
117		= 117
118		= 120
119		↓ 90
119		↑ 138

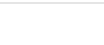
 Ranking 2022-I		Aporte 2021-II
121		↓ 116
122		↑ 188
123		↑ 152
124		↓ 102
125		↓ 114
126		↓ 108
127		↓ 70
128		↓ 75
129		↓ 95
130		-
131		= 132
132		= 129
133		↓ 110
133		189
135		↓ 115
136		↓ 94
137		↑ 149
138		= 137
139		↓ 97
139		= 140

 Ranking 2022-I		Aporte 2021-II
139		↑ 163
142		↓ 133
143		↓ 126
143		↑ 150
145		= 141
146		↑ 167
147		↓ 130
148		↓ 119
149		-
150		↓ 111
151		↓ 142
152		↓ 96
153		↑ 178
153		↑ 190
155		= 154
156		↓ 104
157		↓ 103
158		↓ 136
158		↓ 144
158		↑ 172

Aporte 2022 – Primer Semestre – Marca 161 a Marca 220

 Ranking 2022-I		Aporte 2021-II
161		↓ 121
161		↓ 134
161		↓ 147
164		↓ 158
165		↓ 122
166		↓ 153
167		↑ 196
168		↓ 159
169		↓ 112
170		↓ 131
170		↓ 135
172		↓ 143
173		↓ 145
174		↑ 211
175		↓ 127
176		↓ 160
177		↓ 148
177		= 181
177		↑ 193
177		↑ 207

 Ranking 2022-I		Aporte 2021-II
181		↓ 139
181		↓ 157
183		↓ 161
184		↓ 176
185		-
186		-
187		↓ 164
188		↓ 182
189		↓ 173
190		↓ 162
191		↓ 155
192		↓ 166
193		↓ 165
193		↓ 170
195		↓ 183
196		↓ 185
197		-
198		↑ 209
199		↓ 180
200		= 199

 Ranking 2022-I		Aporte 2021-II
200		-
202		↓ 175
203		↓ 169
203		↓ 179
203		↑ 212
206		= 204
207		↑ 222
208		↓ 186
209		↑ 214
210		↓ 198
210		↑ 225
212		↓ 174
213		-
214		↓ 191
215		↓ 184
216		↓ 202
217		↓ 171
218		= 221
219		= 218
220		= 217

Aporte 2022 – Primer Semestre – Marca 221 a Marca 250

 Ranking 2022-I	Aporte 2021-II
220 	= 223
222 	= 224
223 	↓ 210
224 	↓ 213
225 	↓ 177
226 	= 228
226 	-
228 	↓ 208
229 	↓ 215
230 	↓ 219
231 	↓ 220
231 	↓ 226
231 	= 230
234 	↓ 216
235 	↓ 197
236 	↓ 201
237 	↓ 200
238 	↓ 194
239 	↓ 195
240 	↓ 232

 Ranking 2022-I	Aporte 2021-II
240 	-
242 	↓ 192
243 	↓ 205
244 	↓ 229
245 	↓ 206
246 	-
247 	↓ 203
248 	↓ 227
249 	↓ 187
250 	↓ 231

Marcas Ciudadanas 2022: Carpe Diem

Junio 2022

