

XI versión de Marcas Ciudadanas: La relevancia del propósito

Segundo semestre 2022



¿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

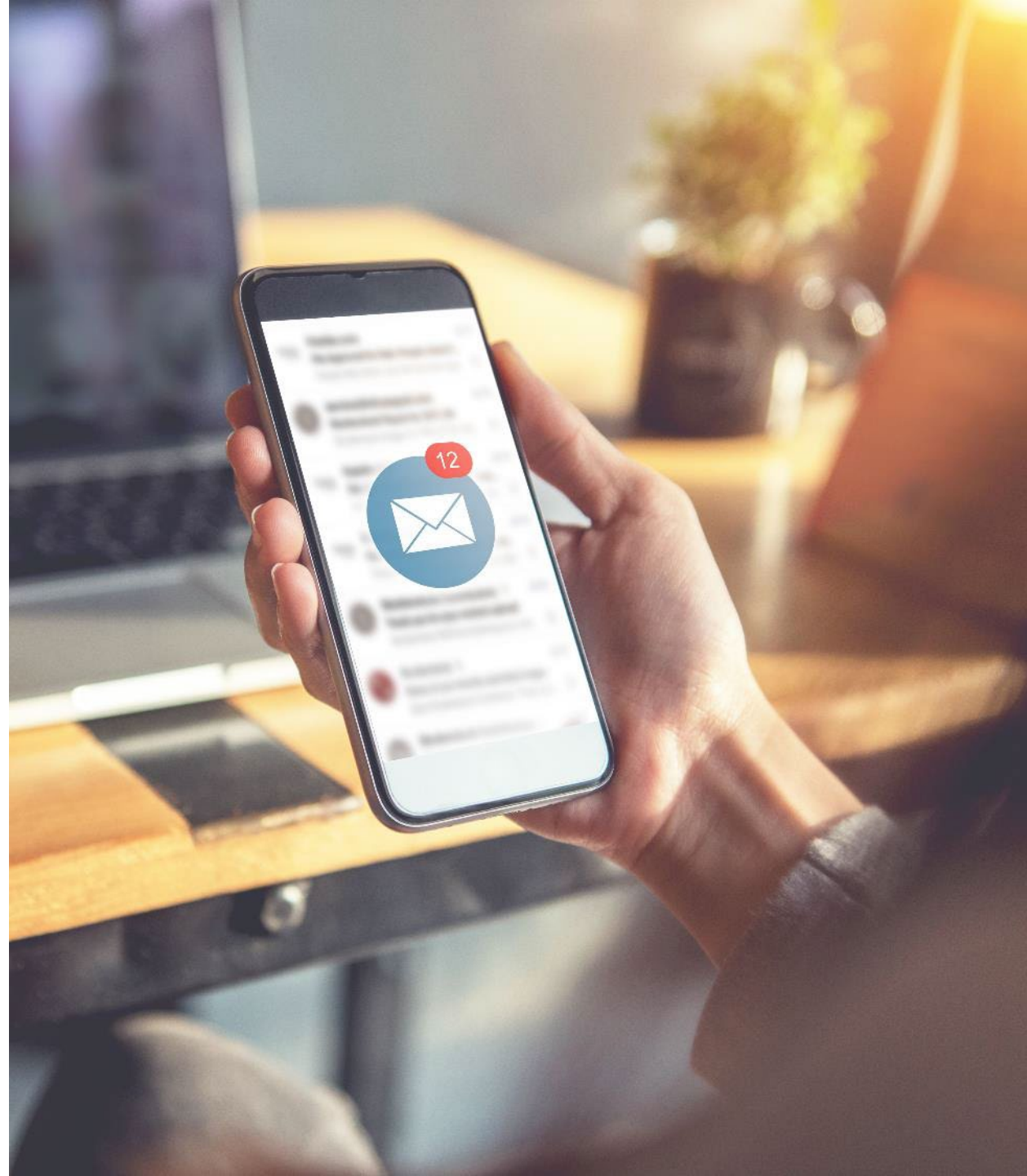


Metodología

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

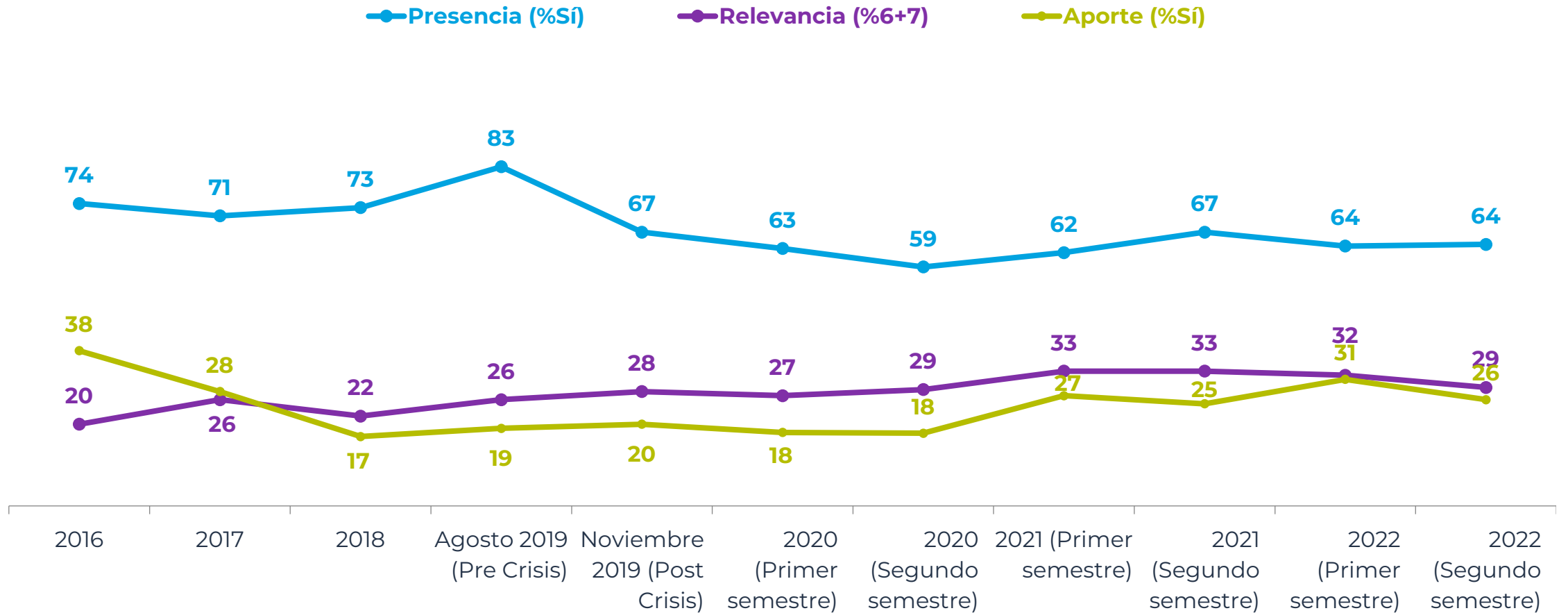
Beyond profit

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

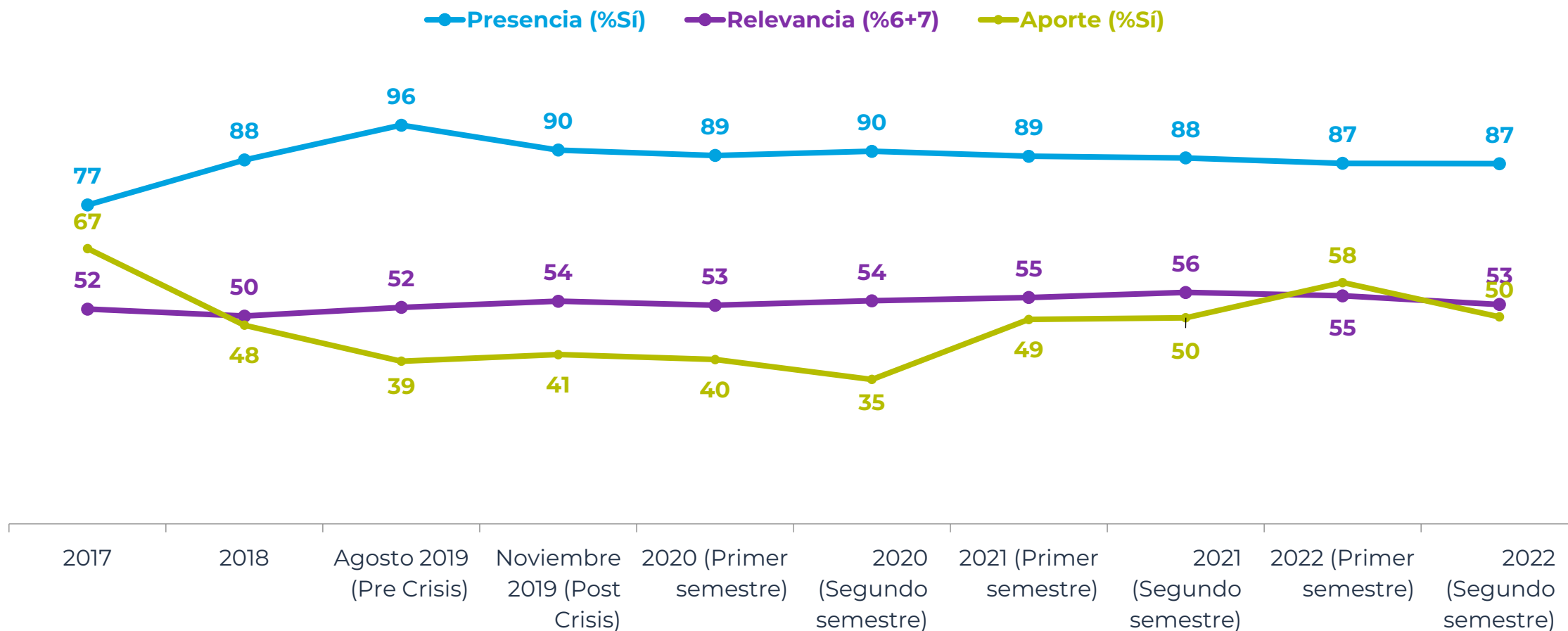
Aporta a la sociedad

**Hace el mundo un
mejor lugar**

Evolutivo Total Marcas



Evolutivo Marcas Ciudadanas



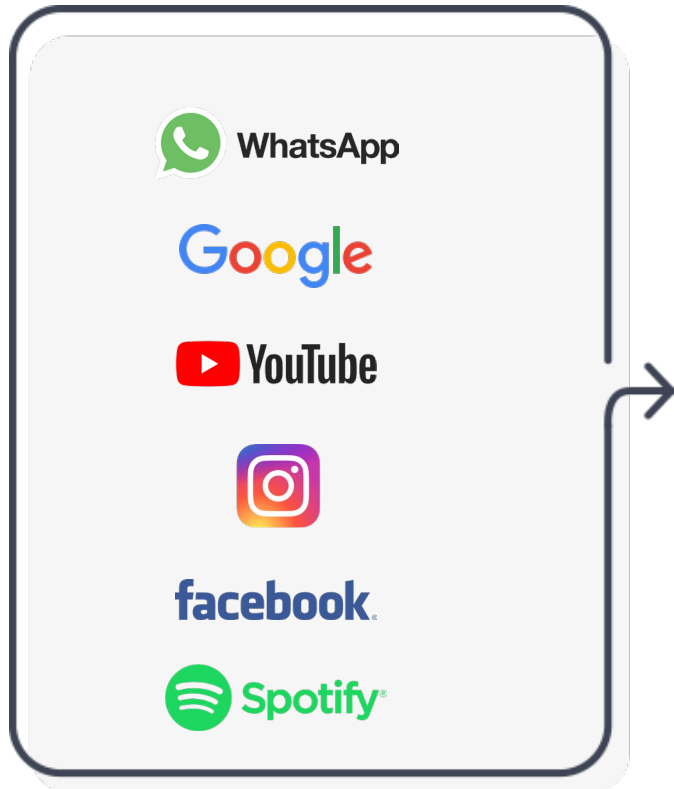


Ranking de Marcas Ciudadanas 2022

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
						
Canales de pago	Cuentas digitales	Centros comerciales	Comida rápida	Concesionarias y autos	Consumo masivo	Corporativas
						
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	Streaming	Telcos	Viajes y medios de transporte y correos	Vestuario		
						

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
81		↓	72
82		↑	105
83		=	83
84		=	86
85			-
86		=	85
87		↑	96
88		=	84
89		↓	69
90		↑	95
91		↑	231
92		=	91
93		=	97
94		=	98
95		↑	114
96		↓	75
97		↓	55
98		↓	59
99		↑	119
100		↑	121

	Ranking 2022-II		Ranking 2022-I
101		↓	92
102		↑	109
103		↑	108
104		↑	230
105		=	103
106		↓	100
107		↓	90
108		↑	127
109		↓	78
110		↓	101
111		↓	105
112		↓	94
113		=	115
114		↑	123
115		=	117
116			-
117		↓	111
118			-
119		↑	135
120		=	118

	Ranking 2022-II		Ranking 2022-I
121		↓	110
122		↓	79
123		↑	140
124		↓	104
125		=	128
126		↓	112
127			-
128		=	124
129			-
130		↓	125
131		=	134
132		↓	126
133			-
134		=	130
135		↑	150
136		↓	113
137		=	141
138		↑	144
139		↓	133
140		↑	145

	Ranking 2022-II		Ranking 2022-I
141		↓	111
142		↓	137
143		↓	132
144		↑	164
145		↑	228
146		↑	152
147		↓	120
148		↓	116
149		↓	142
150		↑	170
151			-
152		=	151
153		↓	148
154		=	155
155		↓	136
156		=	154
157		↑	166
158		↓	131
159			-
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 BANCO 	↓ 215
224 	↑ 237
225 	-
226 	↑ 238
227 	↑ 249
228 	-
229 AFP Capital 	↑ 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

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
1		= 4
2		↑ 16
3		= 7
4		= 5
4		= 10
6		↑ 17
7		↑ 21
8		= 9
9		
10		= 12
11		↑ 28
12		= 11
13		↑ 24
14		↑ 20
15		= 18
16		= 12
17		↑ 68
18		↑ 27
19		↑ 38
20		↑ 34

 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
21		= 25
22		↑ 31
23		↑ 42
24		= 22
25		↓ 14
26		↑ 60
27		↑ 36
28		↑ 37
29		↓ 15
30		= 35
31		↓ 19
32		↑ 47
33		↓ 26
34		↑ 41
35		↑ 63
36		↑ 50
37		= 40
38		↑ 66
39		↓ 23
40		↑ 55

 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
41		↑ 57
42		↓ 29
43		
44		↑ 62
45		↓ 33
46		↑ 52
47		↑ 73
48		↑ 79
49		↑ 116
50		↑ 65
51		↑ 85
51		↓ 32
53		↑ 89
54		
55		= 59
56		↓ 49
57		
58		
59		↑ 92
60		↓ 30

 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
61		↓ 51
62		↑ 67
63		↑ 94
64		↑ 246
65		↑ 82
66		= 64
66		↓ 56
68		↑ 99
69		↓ 54
70		= 74
71		↑ 76
72		↓ 48
73		
74		↑ 105
75		↓ 70
75		↓ 45
77		= 75
78		↓ 72
79		= 83
80		↓ 58

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

	Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
81		↓	43
82			
83		↑	250
84		=	87
85		↓	78
86		↑	91
87		↓	81
88		↓	80
89		↑	95
90		↑	97
91		↑	129
92		↓	53
93		↑	118
94		↑	102
95		↑	112
96		↑	107
97		↓	84
97		=	101
99		=	100
100		↓	77

	Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
101		↓	86
102		↑	124
103		↑	111
103		=	103
105		↓	96
106		↑	132
106		↓	61
108		=	109
109			
110			
111		↑	244
112		↑	245
113		↓	98
114		↑	134
115			
116		↓	90
117		↑	135
118		↓	104
119		=	119
120		↓	88

	Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
121			
122		=	120
123		↓	113
124		↓	69
124		↑	136
126		=	127
127			
128		↓	93
129		=	125
130		↑	165
131			
132		↑	140
133		↓	71
134		=	138
135		=	141
136		↓	117
137			
138		↓	106
139		↑	163
140		↓	110

	Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
141		↑	149
142			
143		=	146
144		↑	192
145		↓	139
146		↓	128
147		↓	121
148		↓	137
149			
150		↑	175
151		↓	143
152		↑	164
153		↓	133
154		↓	148
155		↑	176
156		↑	171
157		↓	144
158		↓	108
159		↑	166
160		↓	114

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

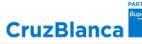
	Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
161		↓	130
162		↑	169
163		↓	150
164		=	162
165		↓	151
166		↓	145
167		↓	153
168		↓	156
168		↓	159
170		=	173
171		↓	157
172		↓	115
173		↓	167
174		↑	190
175		↑	180
176			
177		↓	161
178		↓	172
179		↓	158
180		↑	196

	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

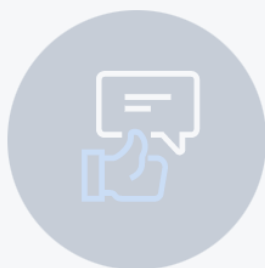
	Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
201		↓	177
202		=	205
203		↑	241
204		↓	198
205		↓	187
206		↓	178
207		=	207
208		↓	184
209		↑	228
210		↓	183
211		↑	232
212		↓	189
213		=	213
214		↓	201
215		↓	188
216		↓	174
217		↓	194
218		↓	204
219		↑	229
220		↑	236

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

Funcionalidad
y experiencia



Hacer

Estilo



Sentir

Accesibilidad



Estar

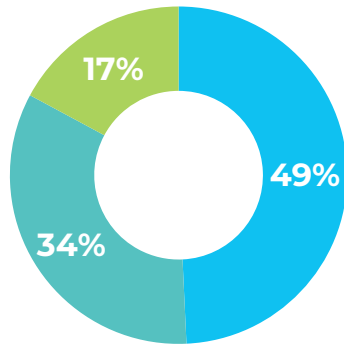
Dimensiones que sustentan la relevancia de las Marcas Ciudadanas 2022



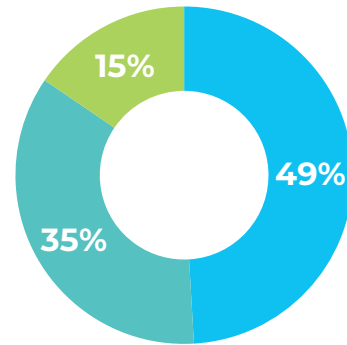
Dimensiones que sustentan la relevancia de las Marcas Ciudadanas: por industria

● Funcionalidad ● Accesibilidad ● Estilo

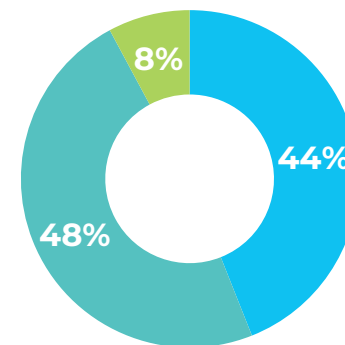
Total



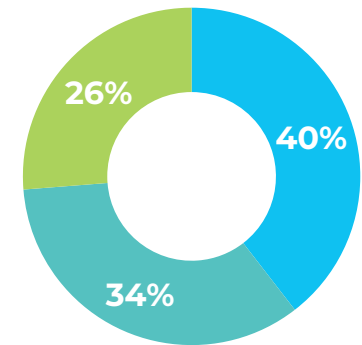
Farmacias



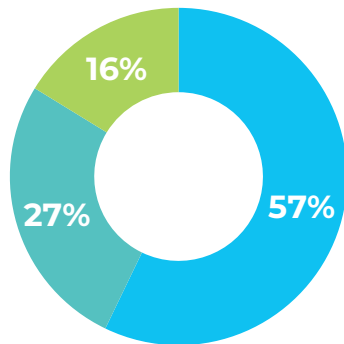
Industrias



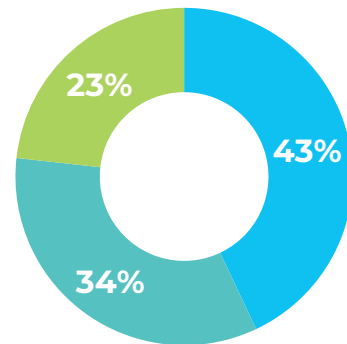
Consumo Masivo



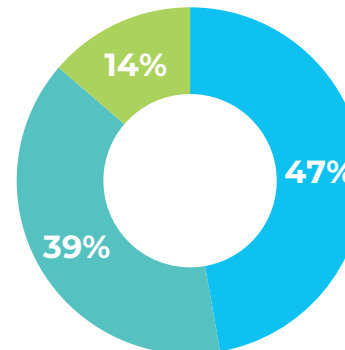
Bancos



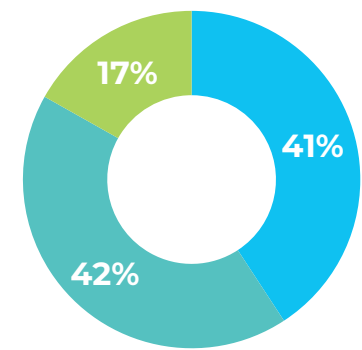
Supermercados



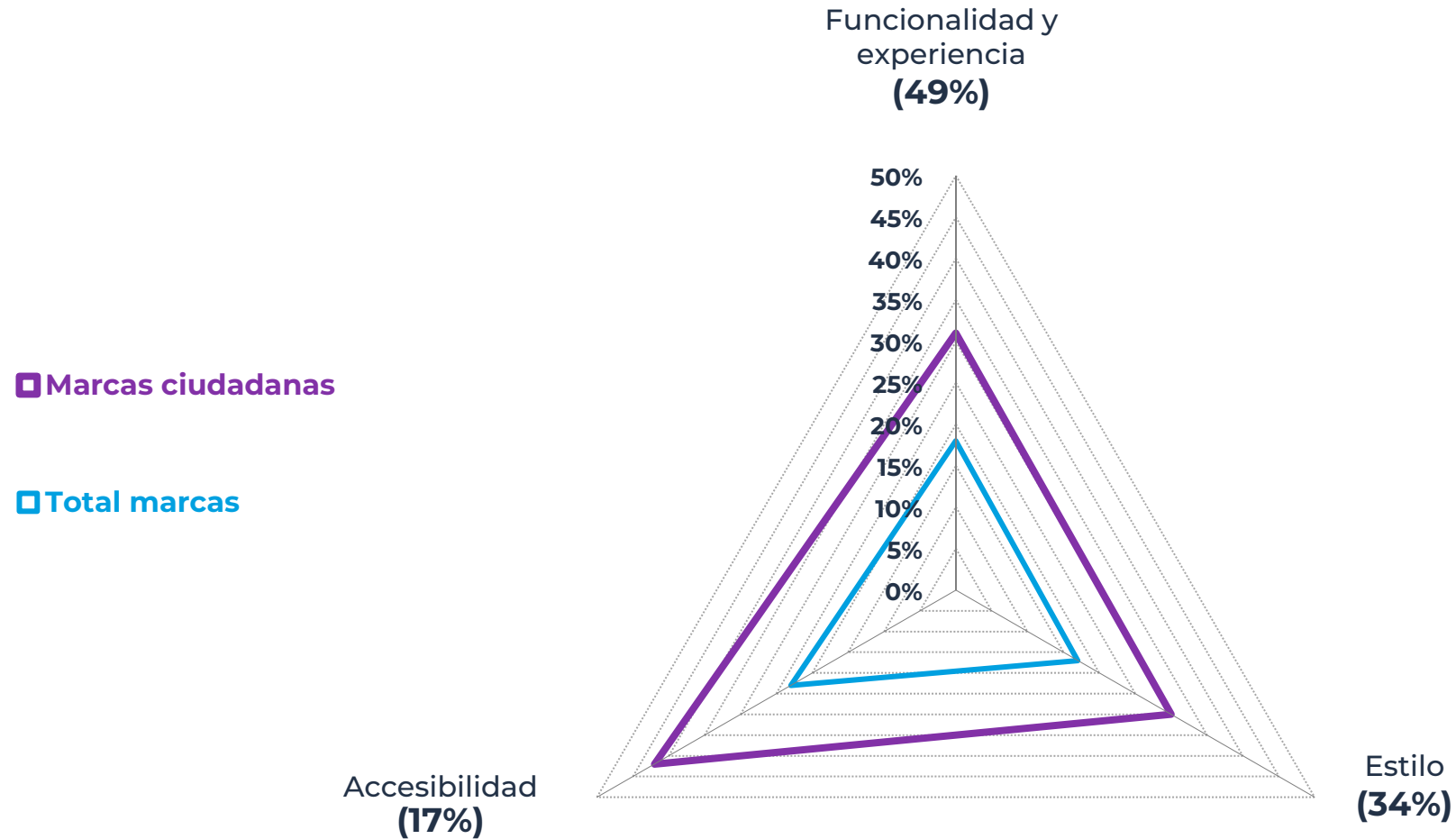
Telcos



Servicios básicos



Desempeño dimensiones de relevancia



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
81		= 80
82		-
83		= 83
84		↑ 112
85		↑ 138
86		↑ 122
86		
88		↓ 60
89		↑ 118
90		↓ 70
91		↑ 103
91		↓ 64
93		↑ 135
94		↓ 75
95		↑ 104
96		↓ 88
96		↓ 89
98		= 95
99		↑ 114
100		↓ 94

 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
100		= 102
100		↓ 76
103		↑ 161
103		↓ 73
105		
105		↑ 125
107		
108		↑ 138
108		= 104
110		↓ 69
110		↓ 89
110		↓ 70
113		↑ 168
114		↓ 76
115		↑ 134
116		= 119
117		↓ 93
118		↑ 128
119		↑ 145
119		= 119

 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
121		↓ 96
122		↑ 142
123		↓ 76
124		↓ 86
125		↓ 107
125		↑ 137
125		
125		↓ 101
129		↓ 122
130		↓ 99
130		↓ 97
132		↓ 117
133		↑ 156
133		↑ 146
135		↑ 152
136		↑ 142
137		↓ 108
137		↓ 114
139		↓ 132
140		= 140

 Ranking 2022 -II		Ranking 2022-I
140		↓ 122
142		↑ 158
142		↓ 131
144		= 147
144		↓ 135
146		↓ 119
147		↓ 98
148		
149		↑ 166
150		↑ 185
151		= 151
152		↑ 169
153		= 156
154		= 159
155		↓ 149
156		↑ 176
157		↓ 141
158		↓ 152
159		↓ 89
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



**Presencia
Positiva**



Relevancia



Aporte

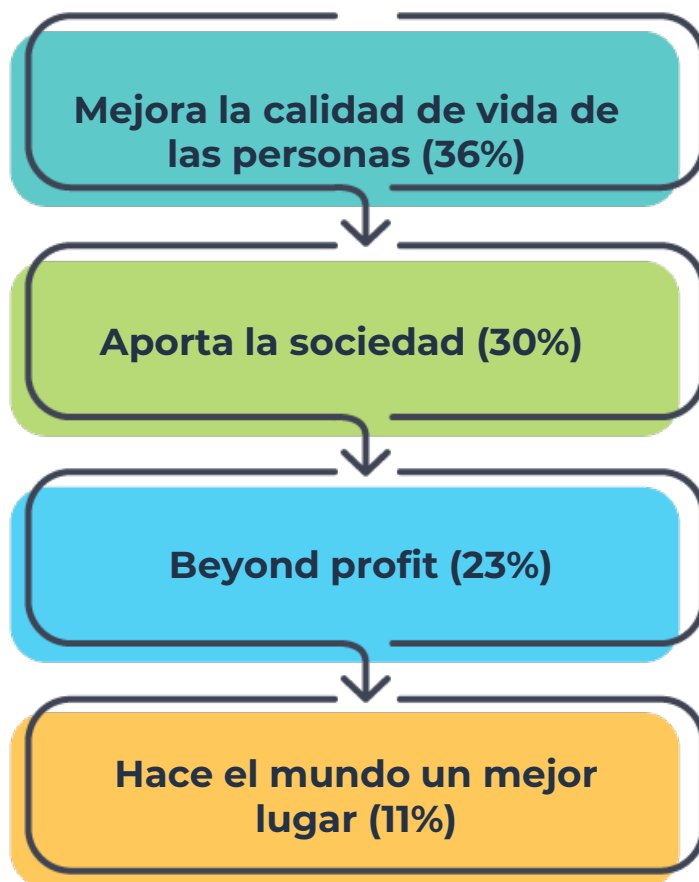
Beyond profit

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

Aporta a la sociedad

**Hace el mundo un
mejor lugar**

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

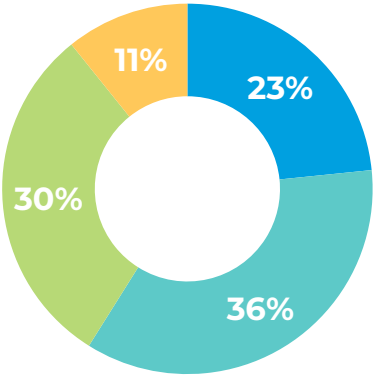
- Tiene un propósito superior que es: va mas allá que solo ganar dinero
- Tiene comportamiento ético y sostenible
- Es genuina, creíble, confiable

- Tiene un compromiso claro por mejorar el mundo
- Es amigable con el planeta, se preocupa del medioambiente, de los animales

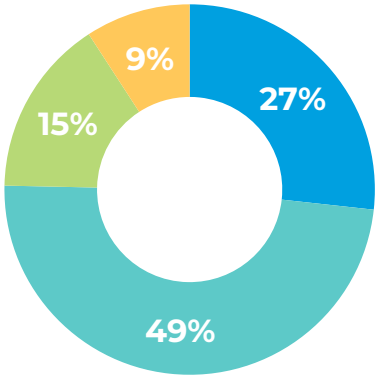
Dimensiones que sustentan el aporte de las Marcas Ciudadanas: por industria

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

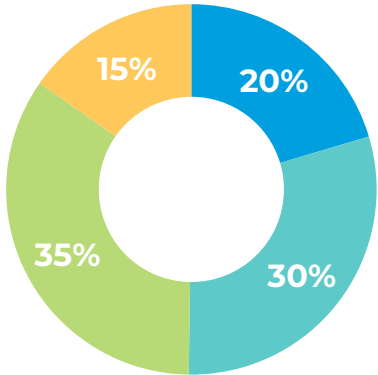
Total



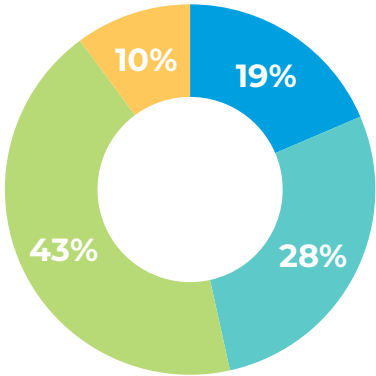
Farmacias



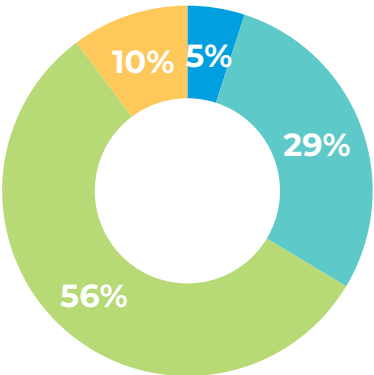
Industrias



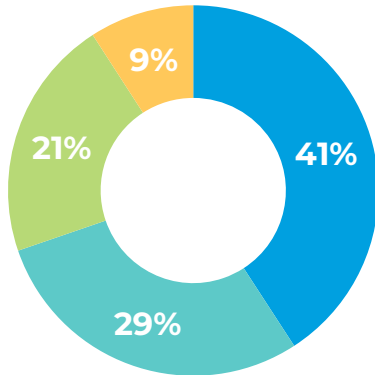
Consumo masivo



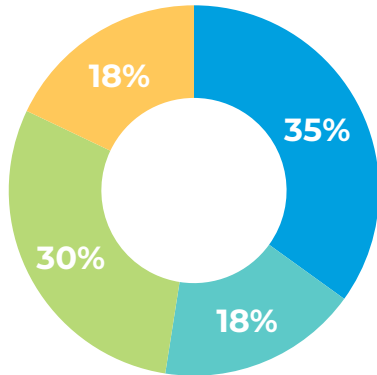
Bancos



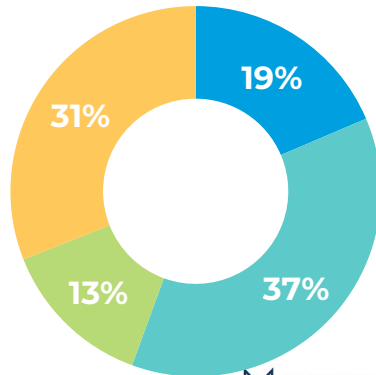
Supermercados



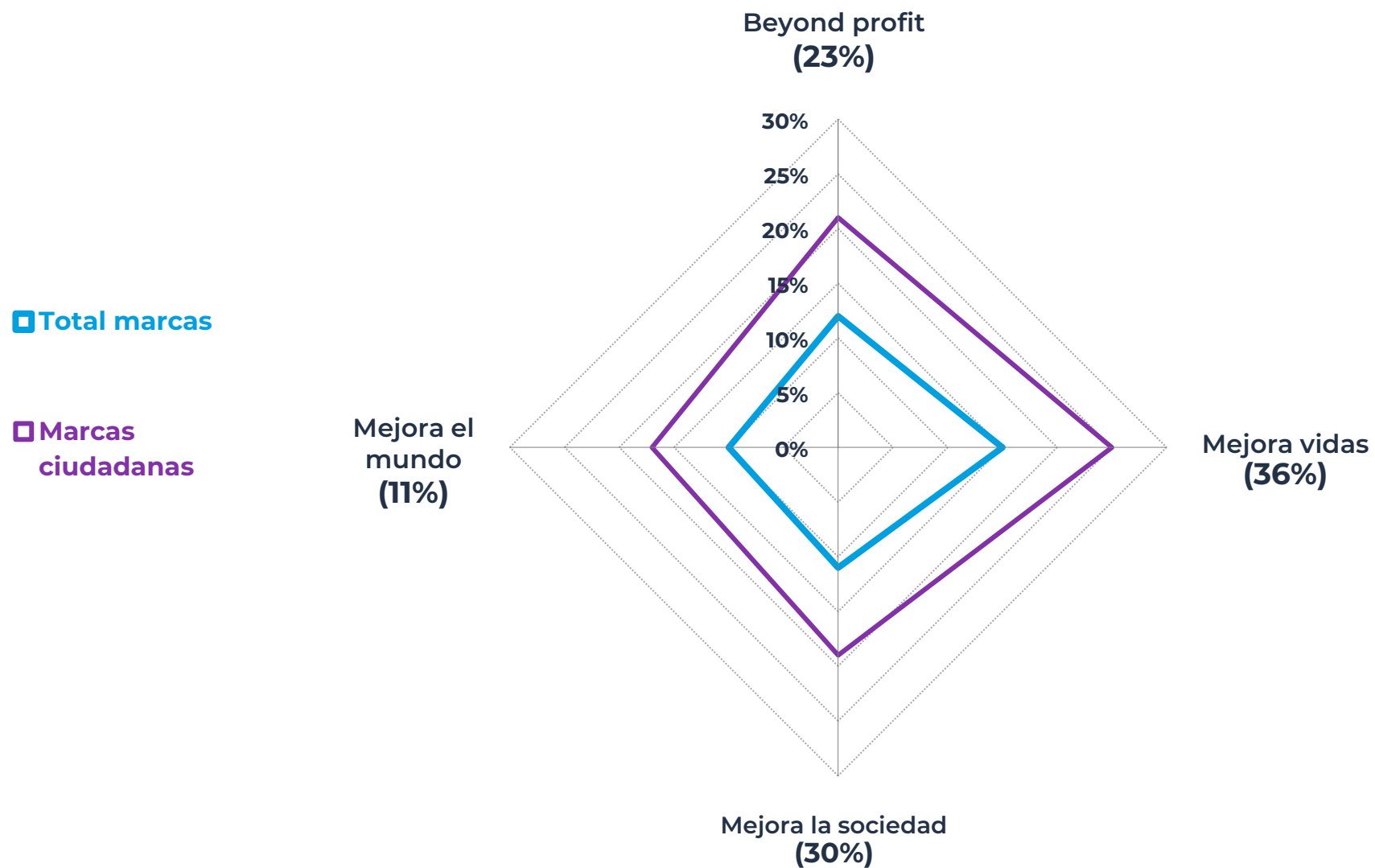
Telcos



Servicios básicos



Desempeño dimensiones de relevancia



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

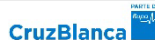
Aporte 2022 – Segundo Semestre – Marca 161 a Marca 220

 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	 MAZDA	= 236
234	 Cuenta Corriente Santander	↓ 203
237	 Clos de Pirque	
237	 uno afp	↑ 247
239	 MISTRAL	↓ 222
240	 SHEIN	↓ 216

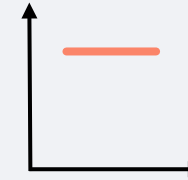
 Ranking 2022-II		Aporte 2022-I
240	 BANCO security	↓ 231
242	 ALTO y CARMEN	↓ 218
243	 upa!	↓ 235
244	 CORONA	↓ 229
244	 abcdin	↓ 210
246	 MELT	↓ 206
246	 nueva masvida	↓ 208
248	 Capel	= 250
249	 DERCO	↓ 234
250	 Pizza Hut	↓ 209
251	 espacio1	↓ 242
252	 Dambo's	↓ 219



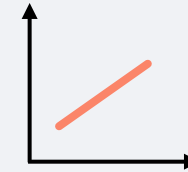
La relevancia del propósito

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

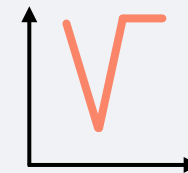
Marcas ciudadanas por excelencia: Marcas que lideran sistemáticamente el ranking pese a haber enfrentado eventos disruptivos como la pandemia, el estallido social y la aceleración digital, manteniendo la valoración de la ciudadanía.



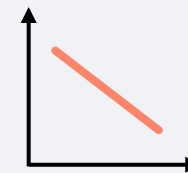
Marcas exitosas: Marcas que han ido mejorando sistemáticamente en el tiempo y han llegado a ser Marcas Ciudadanas pese a los desafíos del entorno.



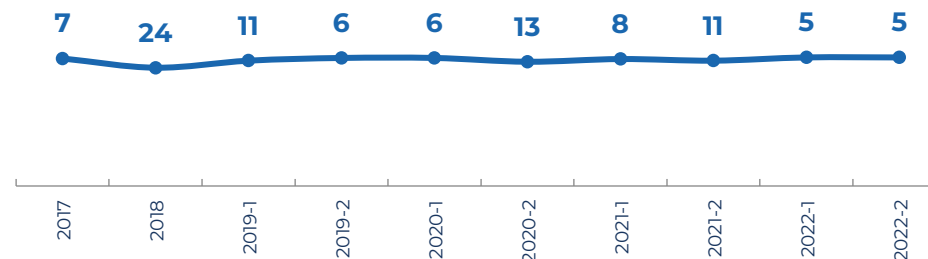
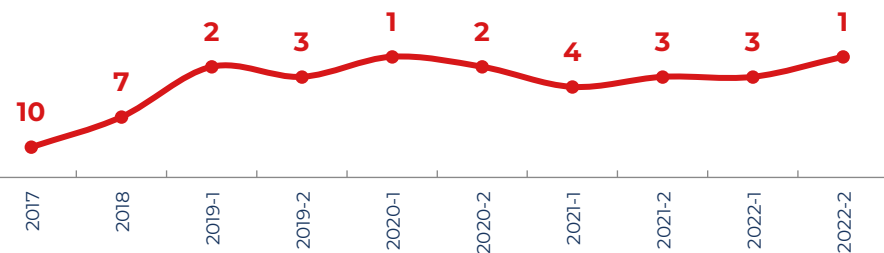
Marcas resilientes: Marcas que han atravesado crisis complejas pero han podido salir de ellas y reencontrarse con los chilenos para instalarse como Marcas Ciudadanas..



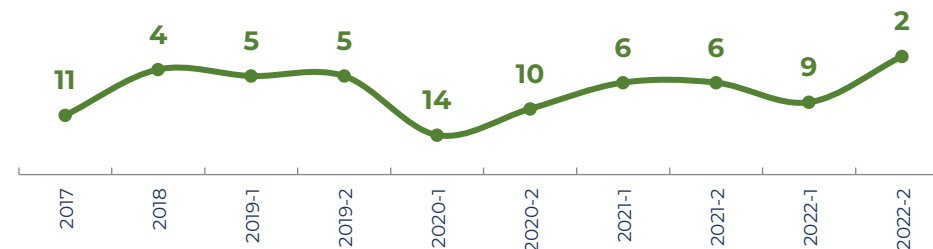
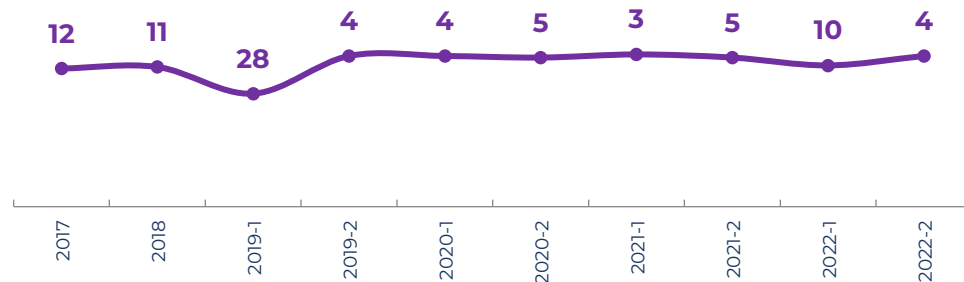
Marcas desafiadas: Marcas con trayectorias descendentes que no han podido revertir los desafíos de su entorno.



4 ejemplos de Marcas Ciudadanas de Excelencia

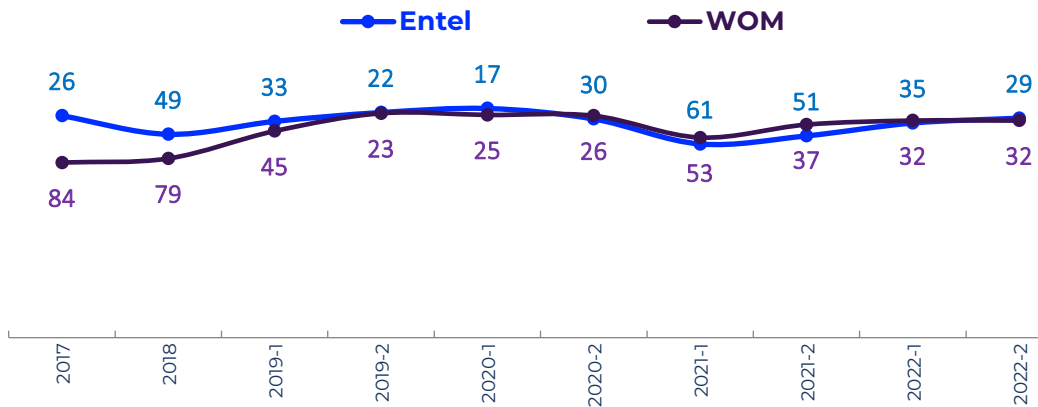


NETFLIX

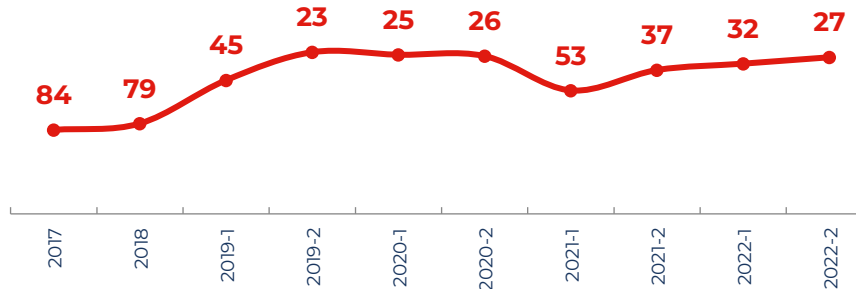


Marcas Exitosas que crecen constantemente

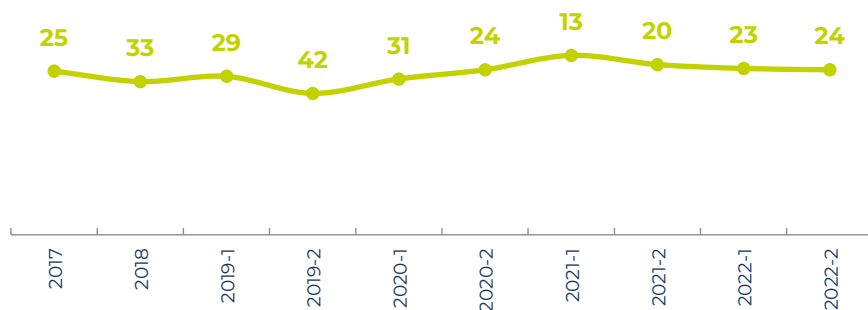
e) WOM



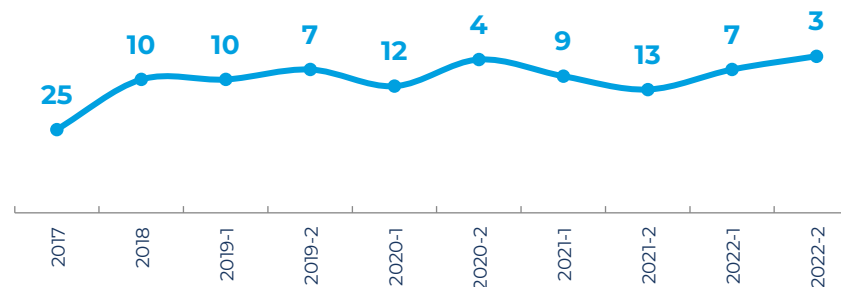
COPEC



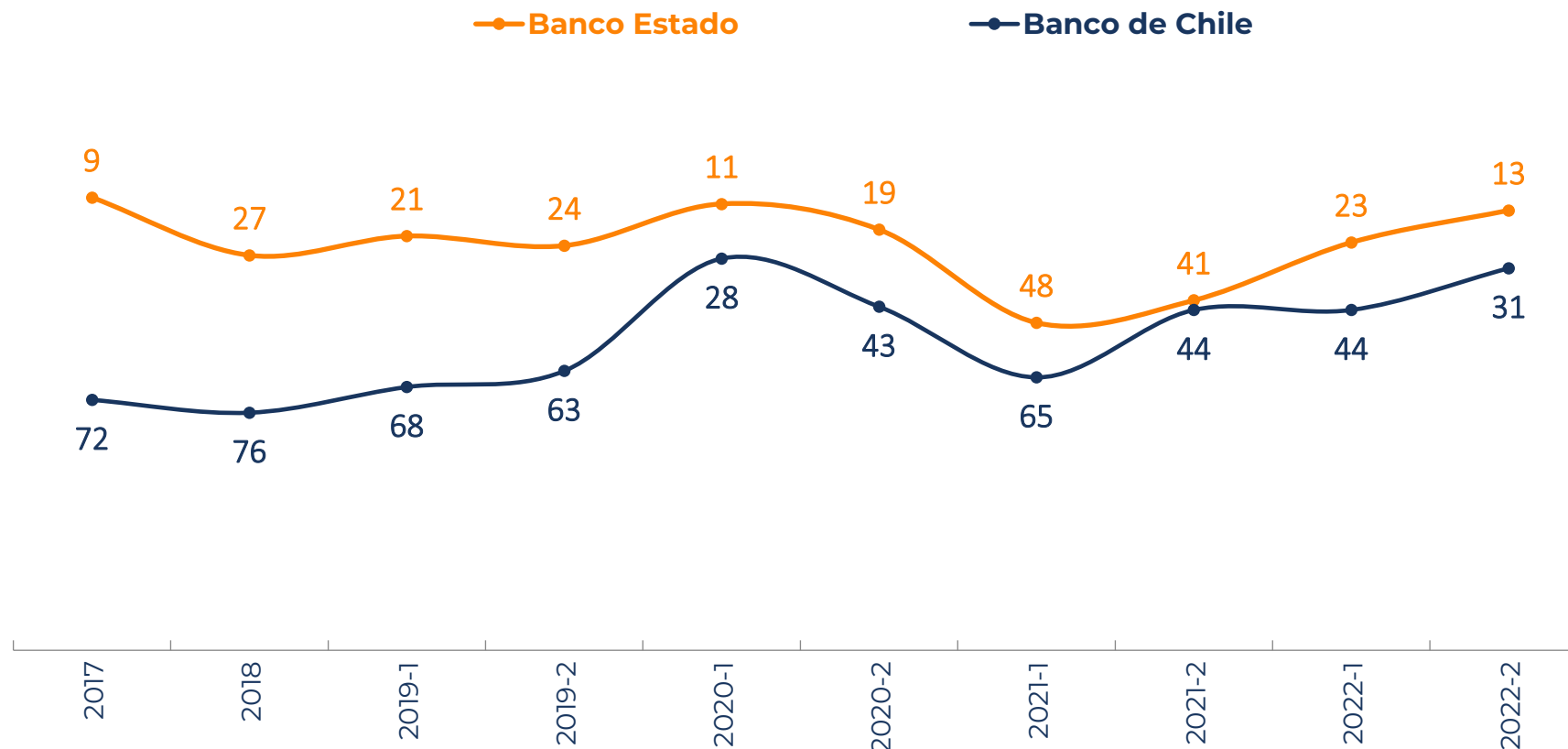
f.



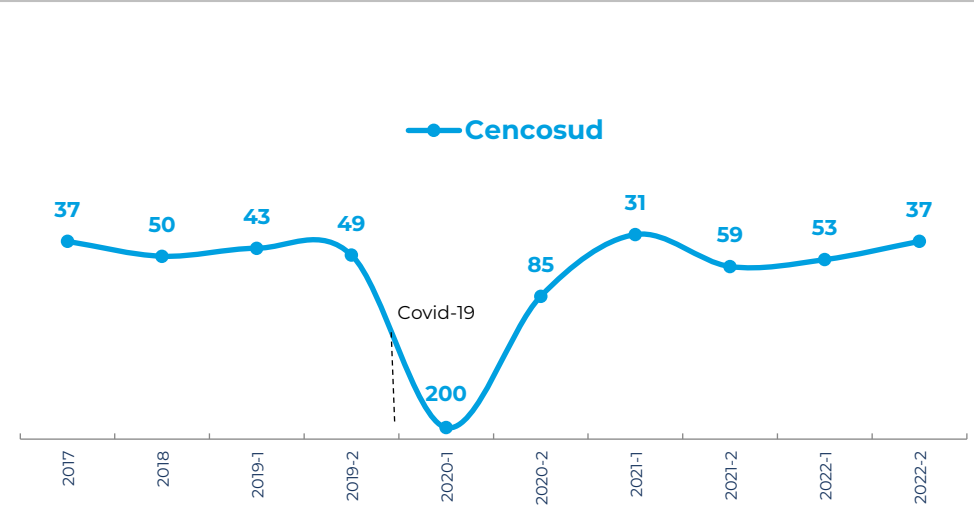
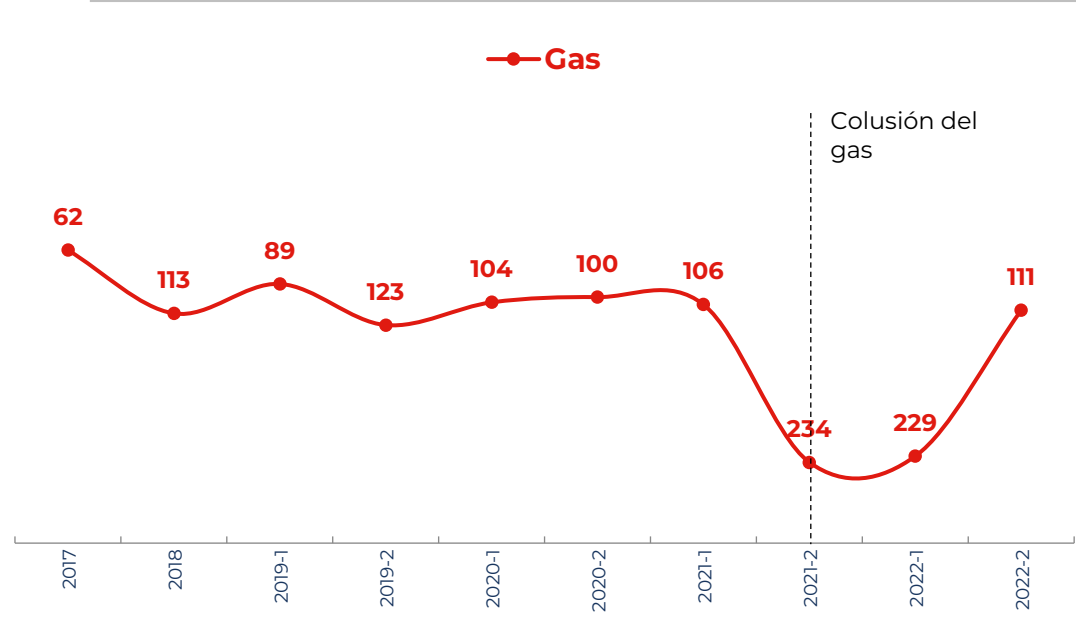
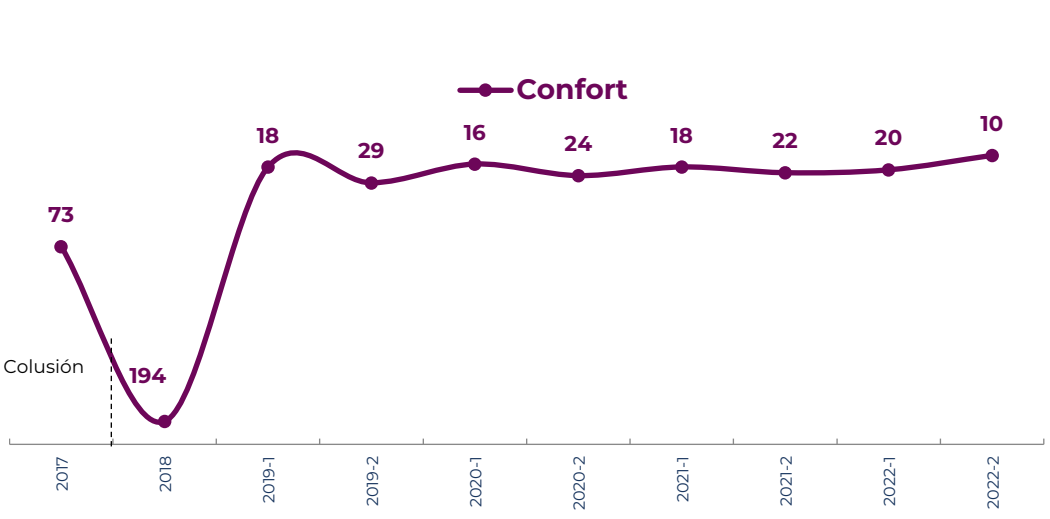
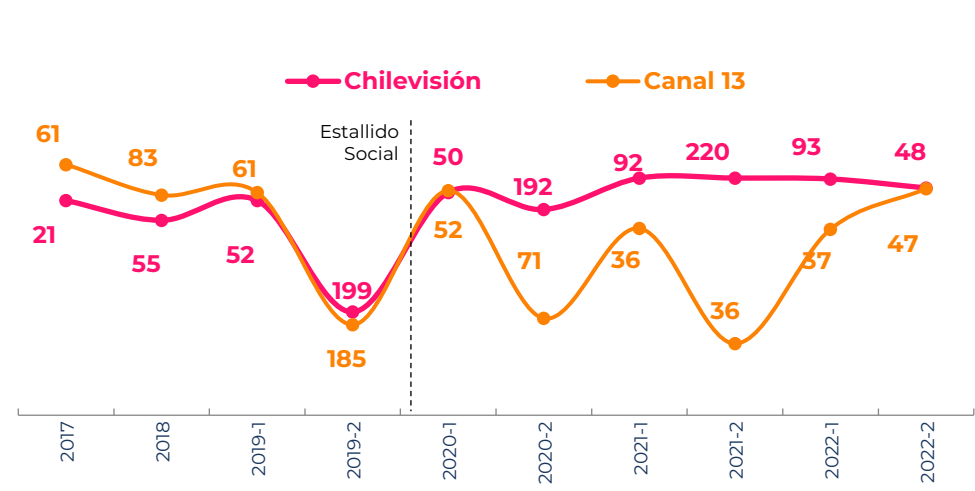
Lider



Marcas Exitosas que crecen constantemente



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



XI versión de Marcas Ciudadanas: La relevancia del propósito

Segundo semestre 2022

