

XIII versión
Marcas Ciudadanas:
Compromiso

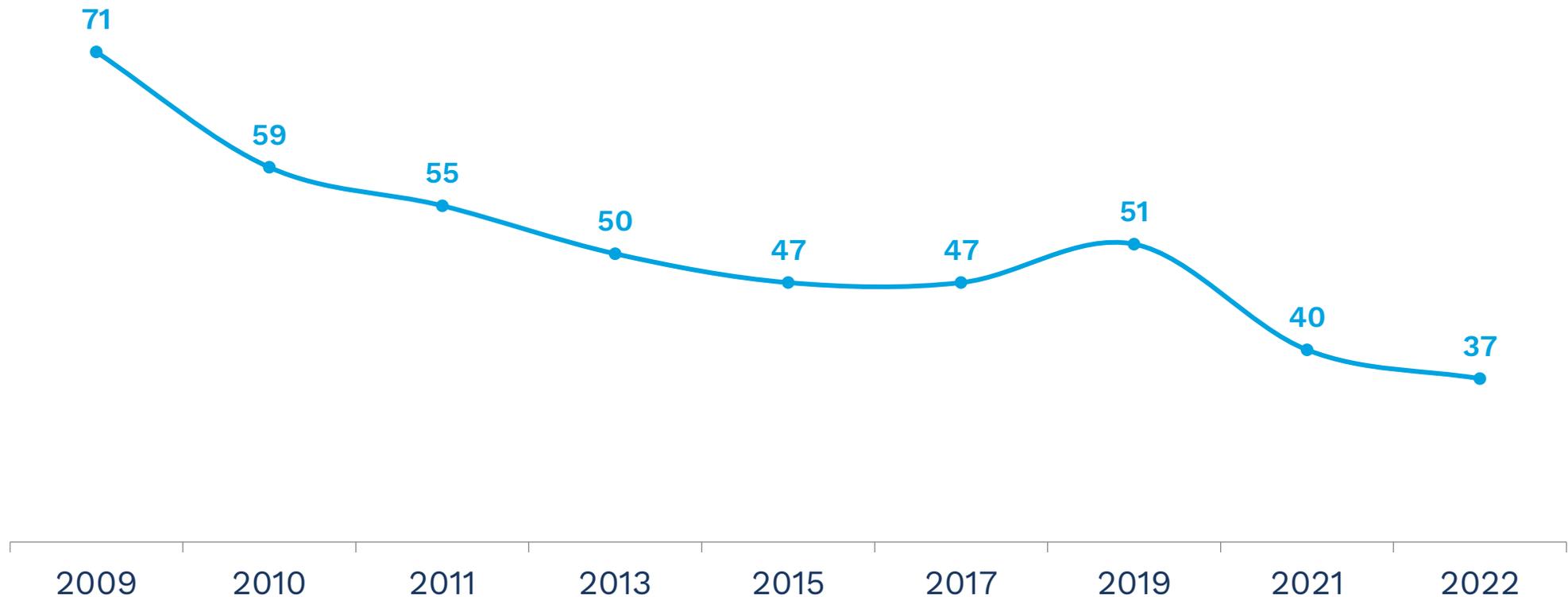


Segundo semestre 2023

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

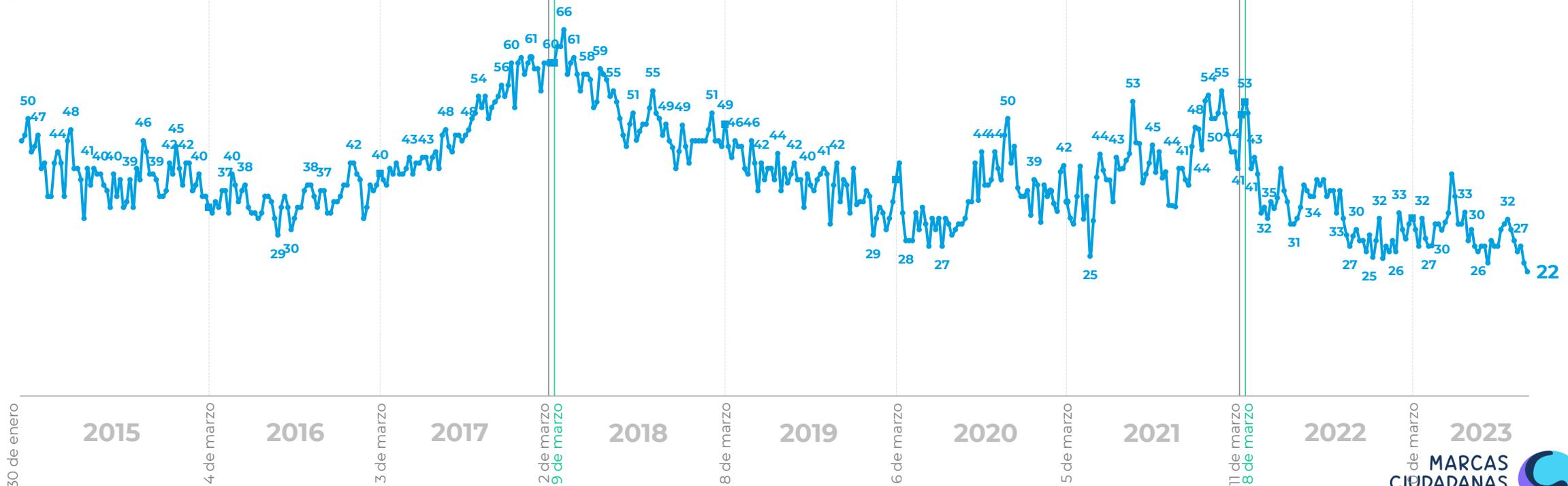


Sebastián
Piñera



Gabriel
Boric

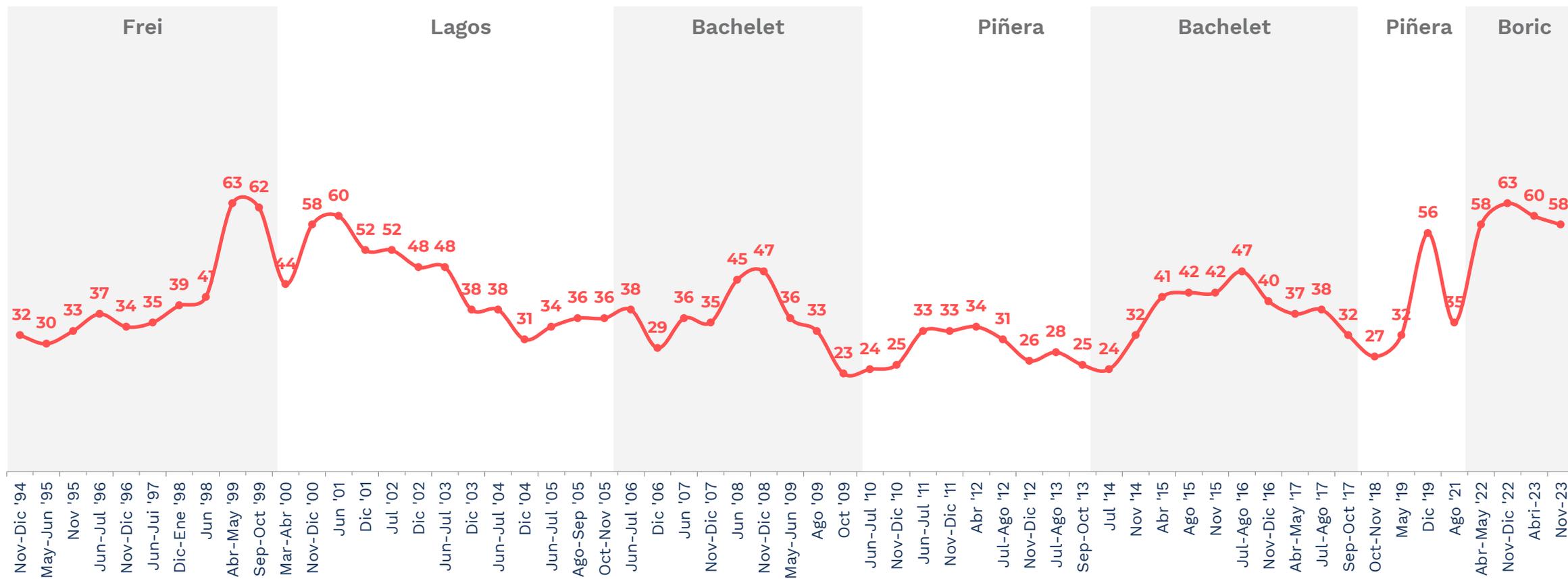
Muy optimista /
Optimista



Fuente: Cadem

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

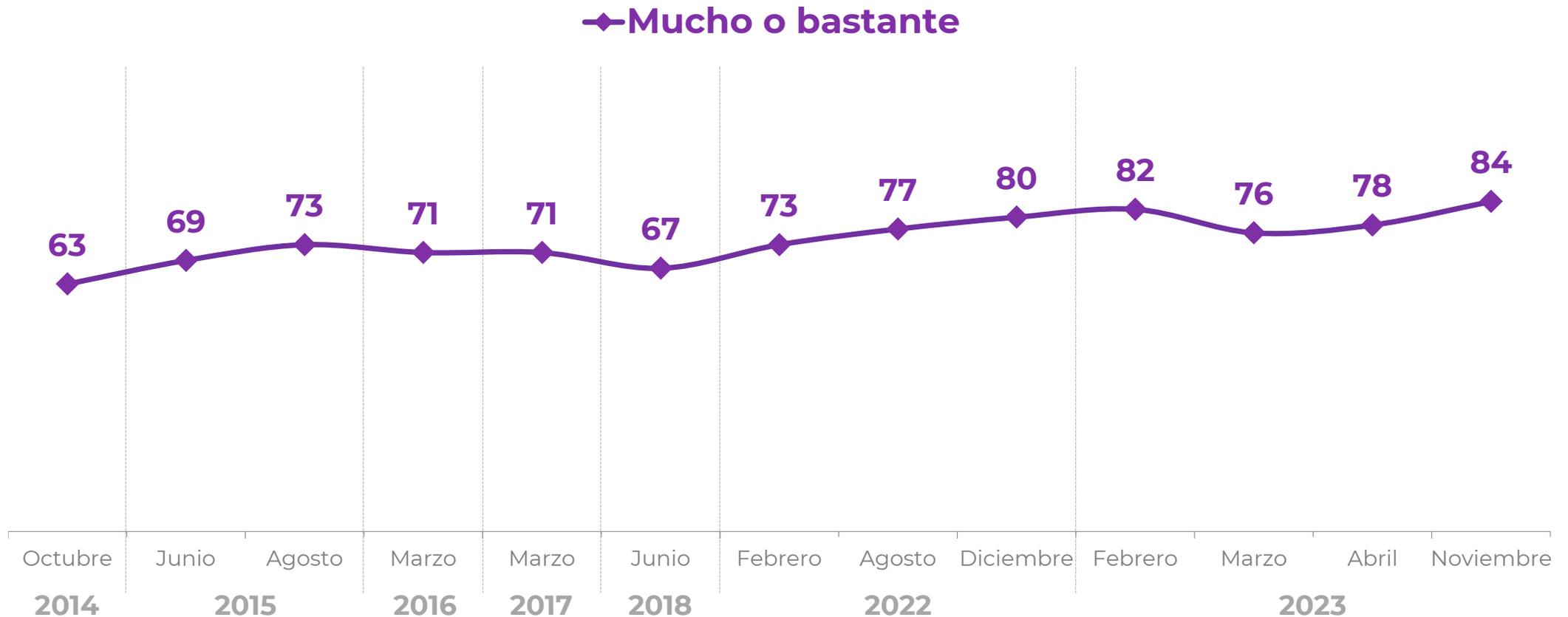
¿Cómo calificaría usted la actual situación económica del país? % Muy mala o mala



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? %

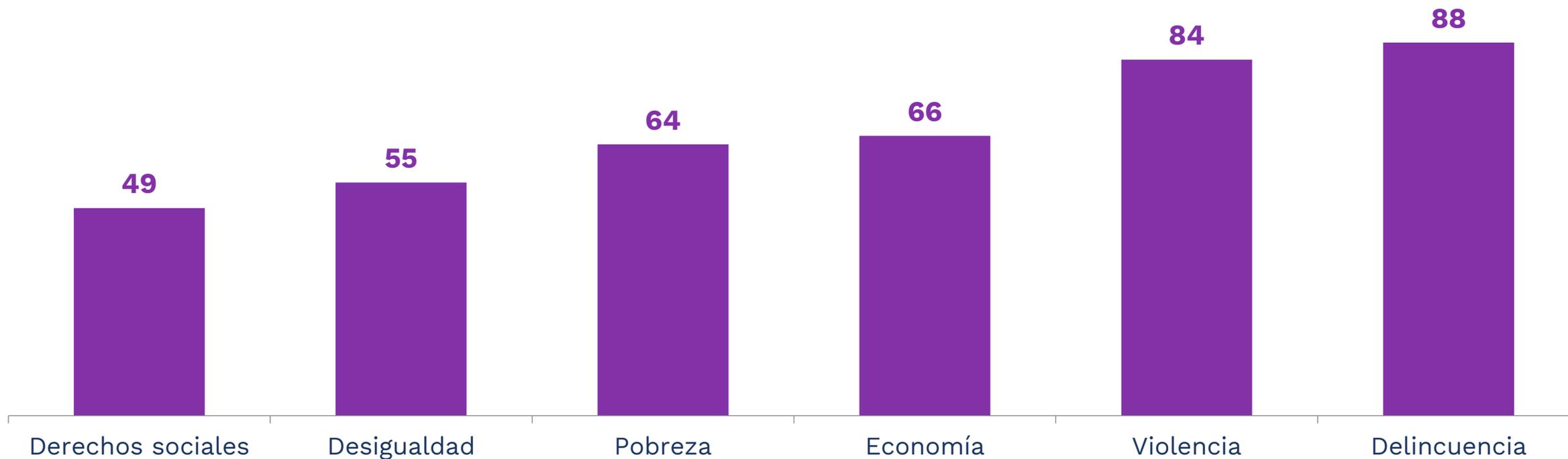


Fuente: Cadem

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...? %

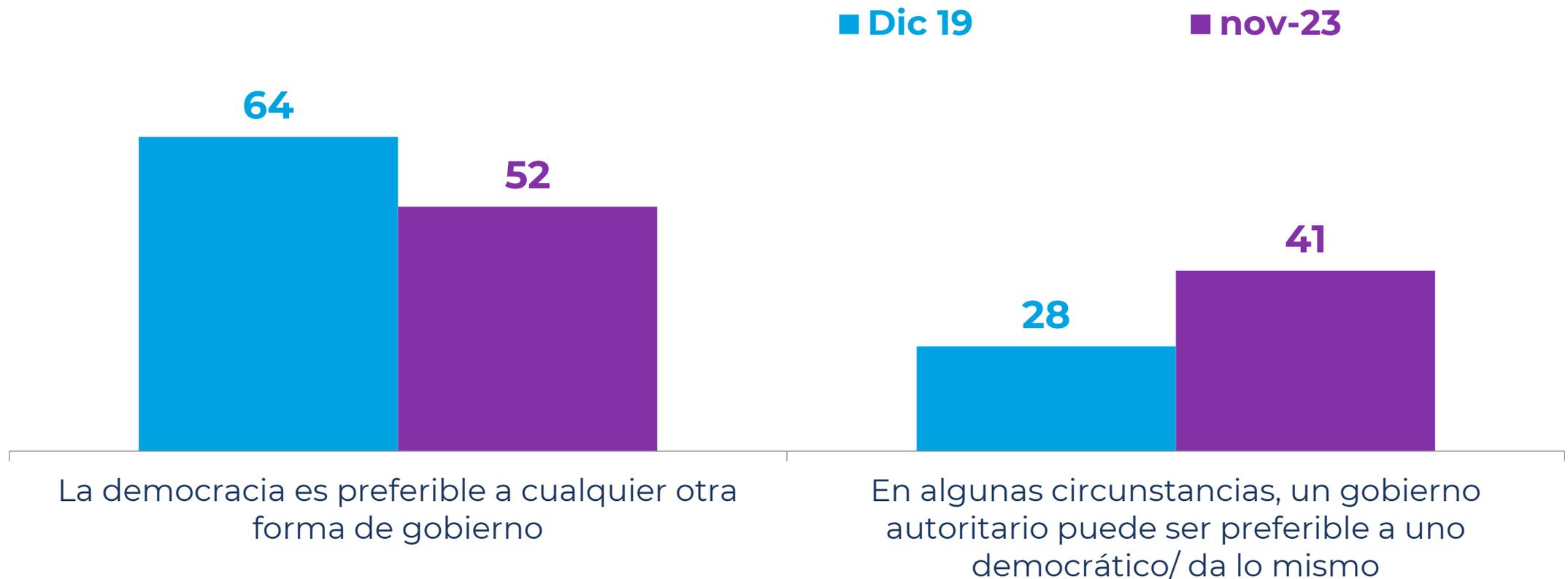
■ % Peor



Fuente: Cadem

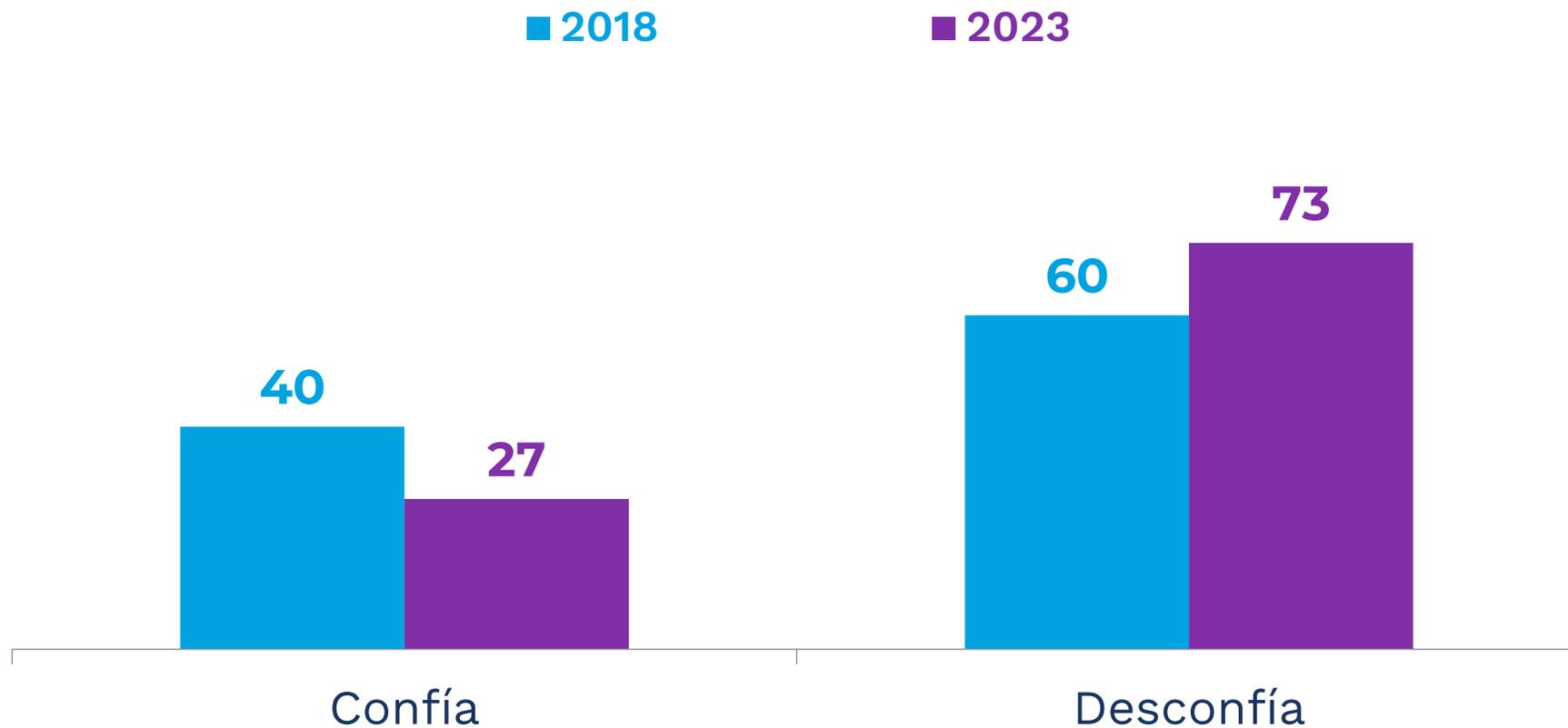
6. **Porque** vivimos en un país más **polarizado** y desconfiado de la democracia

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



Fuente: CEP

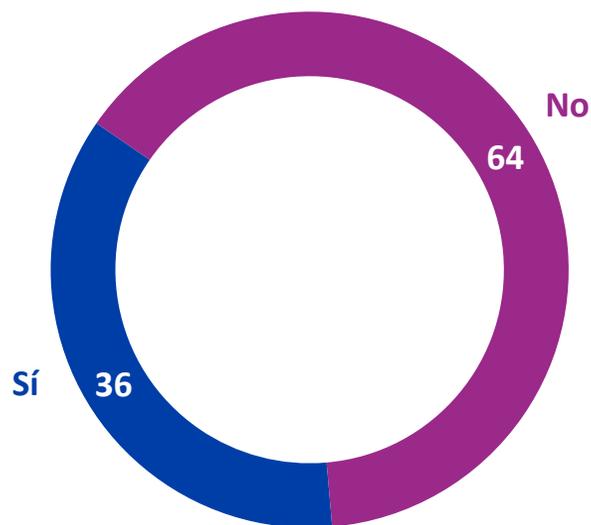
7. Porque **desconfiamos** cada vez más los unos de los otros



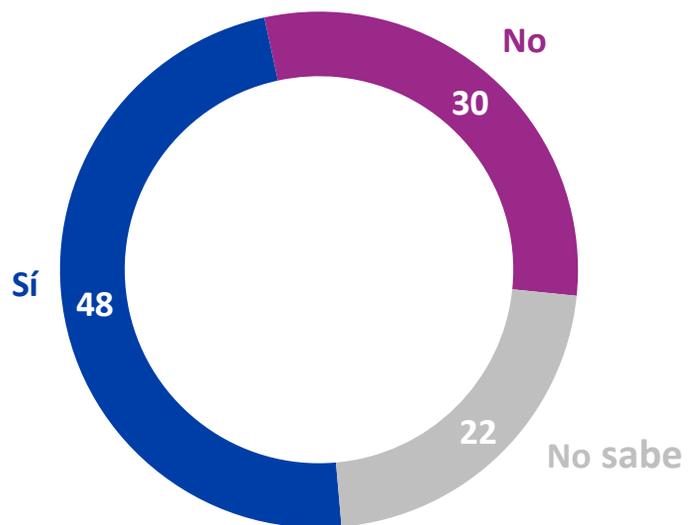
Fuente: Barómetro de la confianza empresarial, SOFOFA.

8. Porque los chilenos somos **infieles**

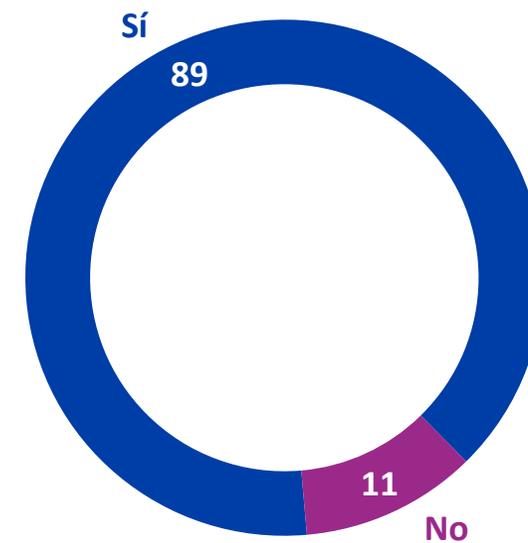
¿Has sido infiel?



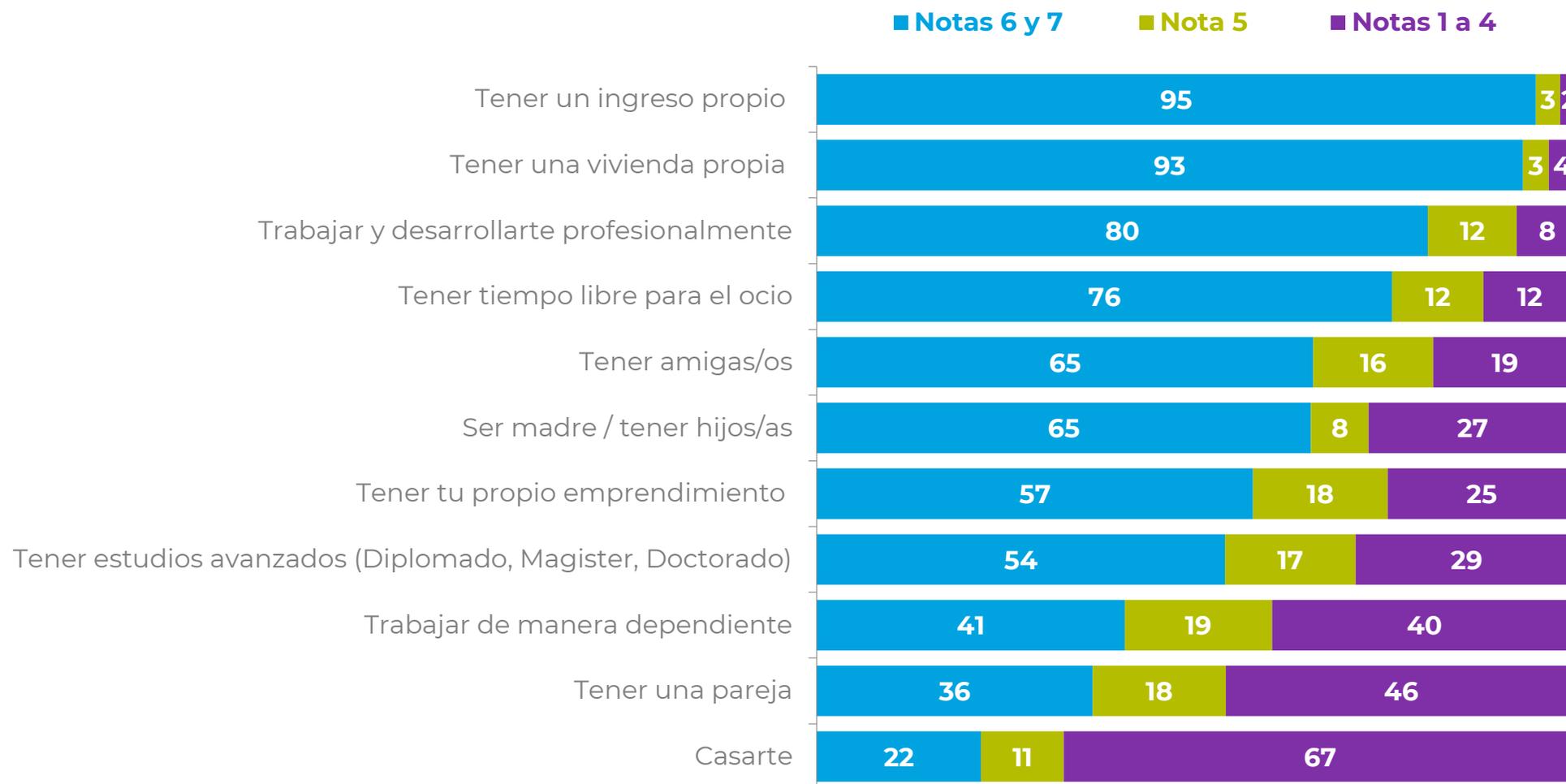
¿Te han sido infiel?



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

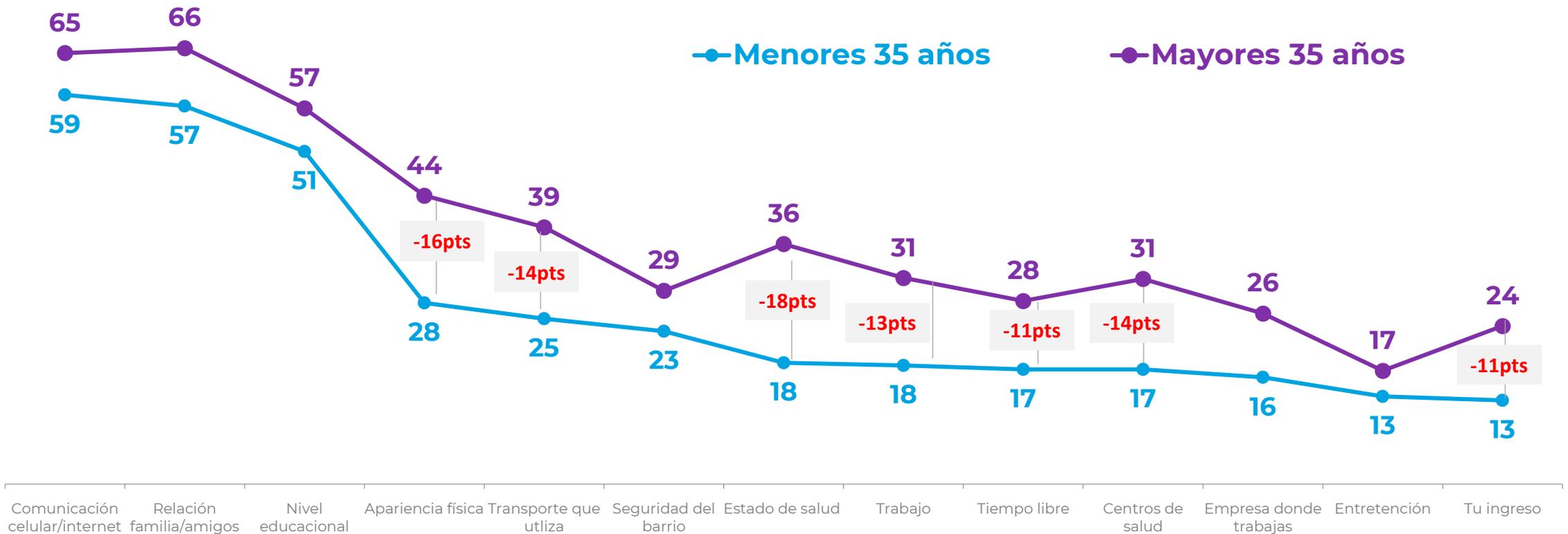


9. Porque el matrimonio se está extinguiendo y casarse ya no es algo relevante



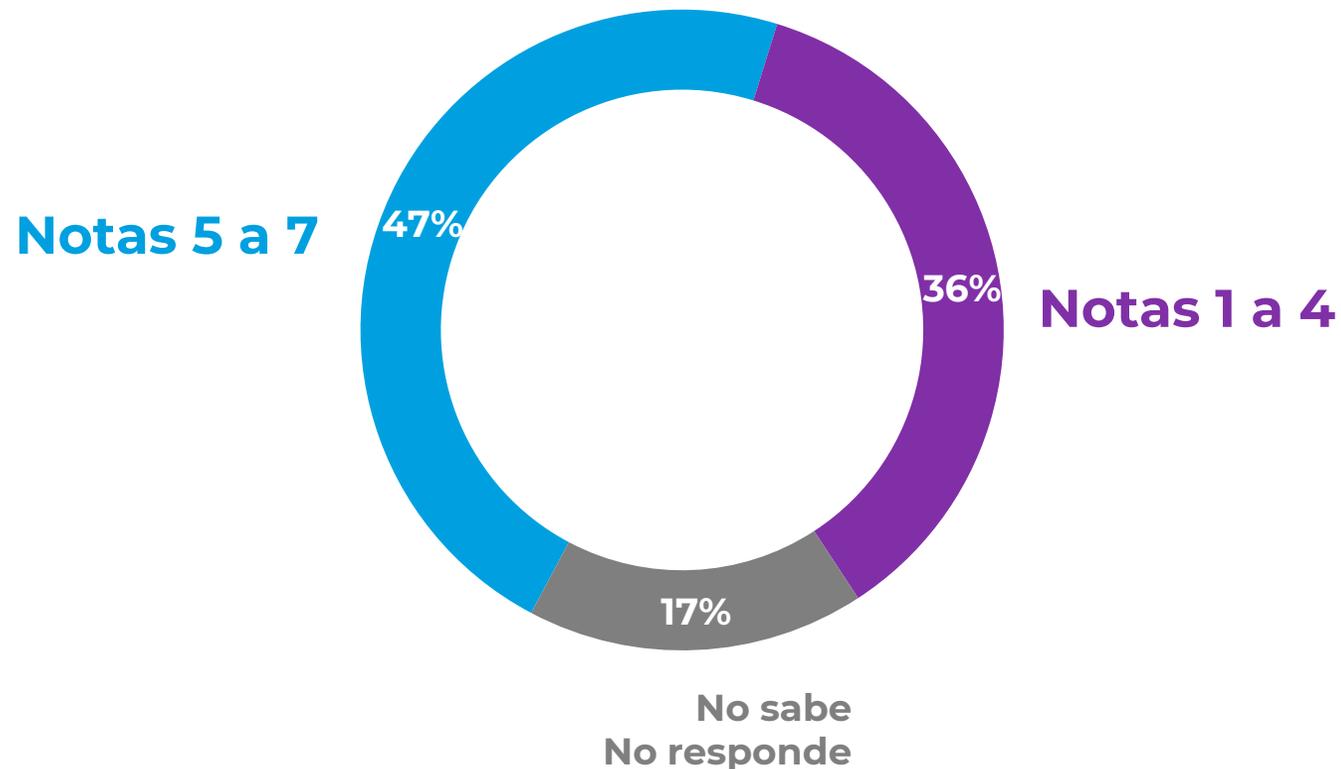
10. Porque la **nueva generación** está mucho más insatisfecha con los distintos ámbitos de la vida

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



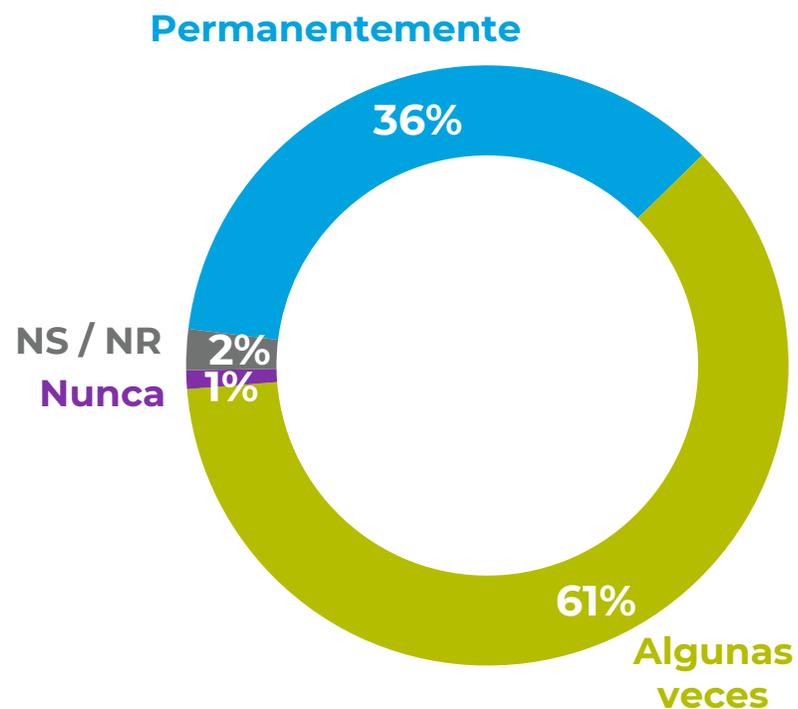
11. Porque nos rodean las **noticias falsas** que impiden que sepamos lo que es verdad y lo que es mentira

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...?
%



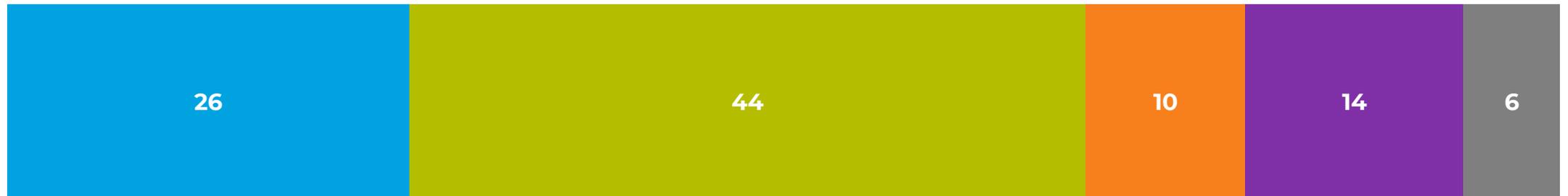
13. **Porque cumplimos, pero no cuidamos o maltratamos** a nuestros clientes

¿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

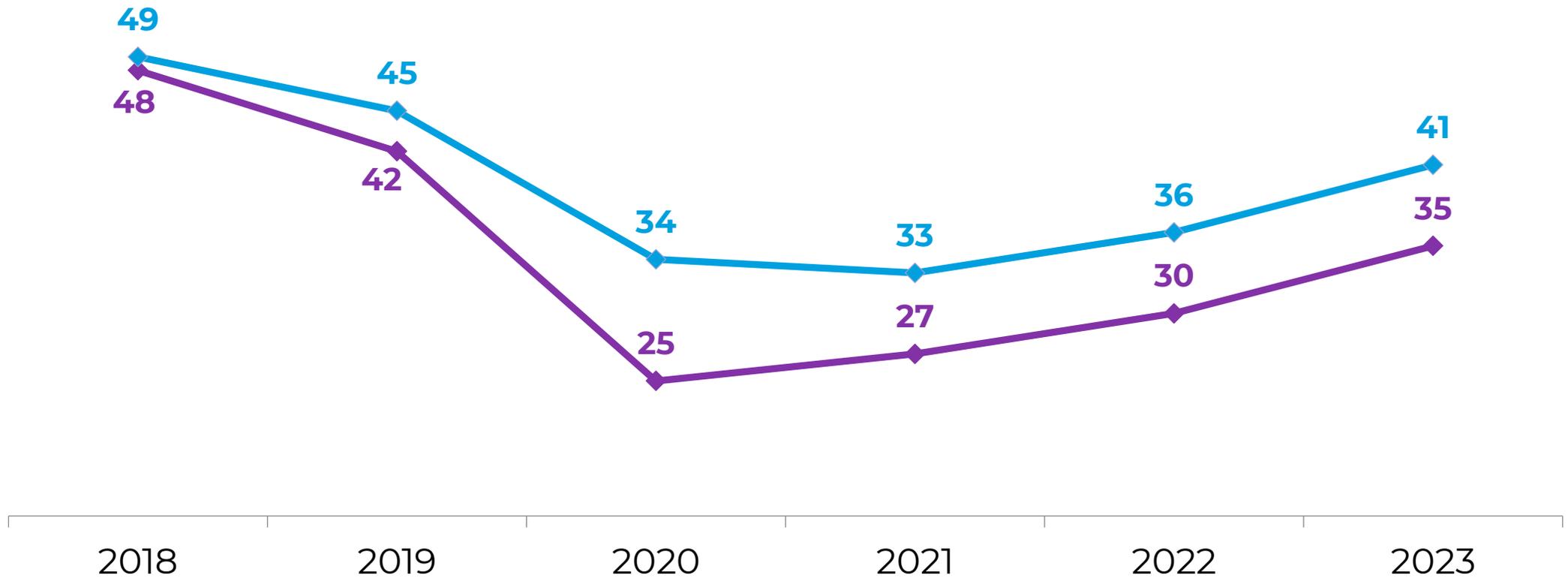
■ Cumplen, pero maltratan a sus clientes



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:

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

Four female athletes in Chilean uniforms are celebrating on a track at night. They are wearing white crop tops with "CHI" and "Santiago 2023" and dark blue shorts with a Nike logo. The athlete in the center is pointing upwards with a joyful expression. The others are smiling and also making "shh" gestures. The background shows a stadium with spectators.

Porque podemos volver a
soñar

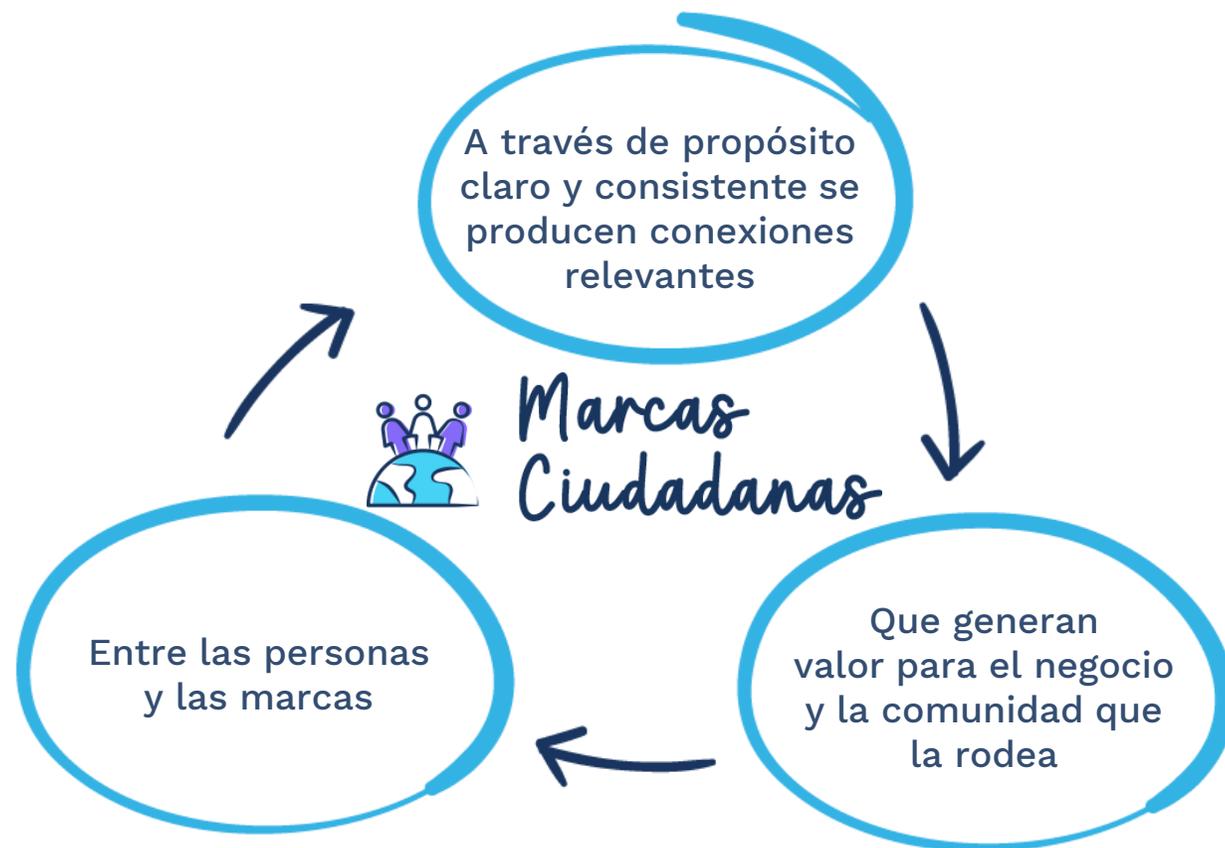


El desafío de construir Marcas Ciudadanas

¿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

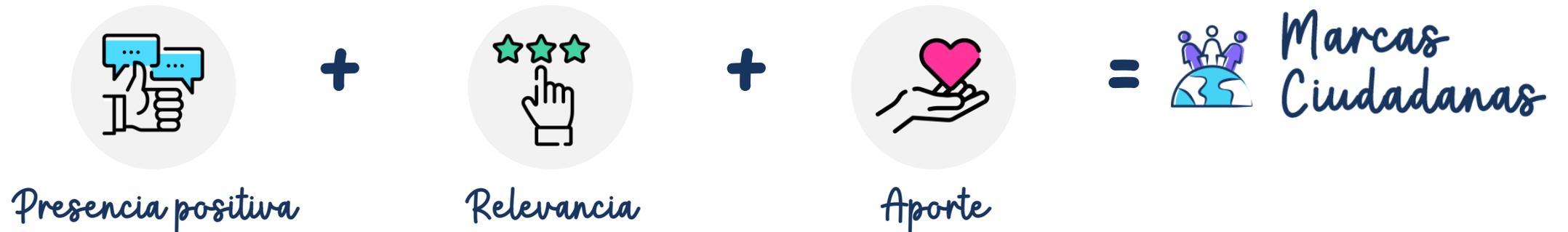
(Campo realizado entre el 2 al 19 octubre de 2023)

casos totales 8.500

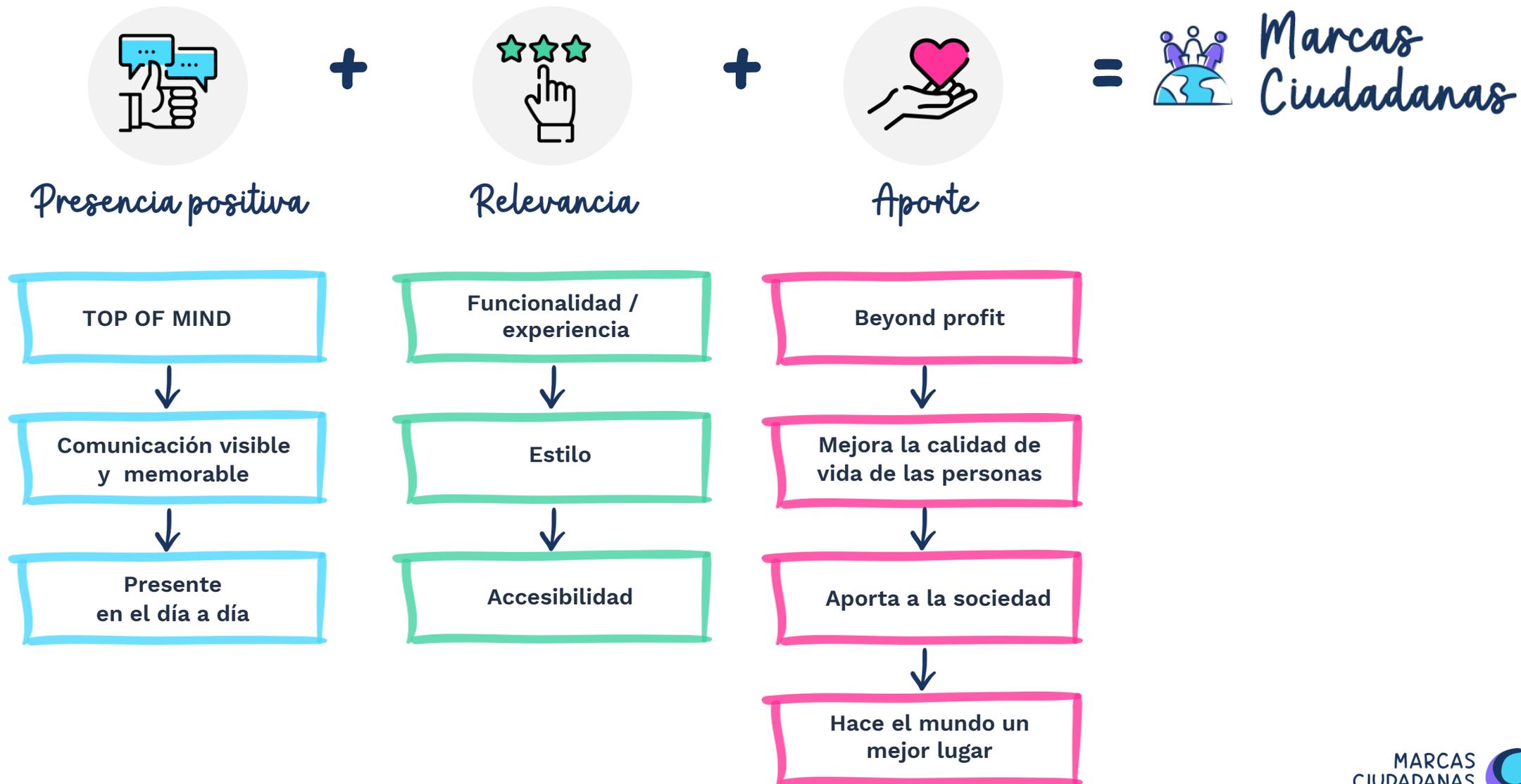
**En esta medición realizamos 500 encuestas por marca*



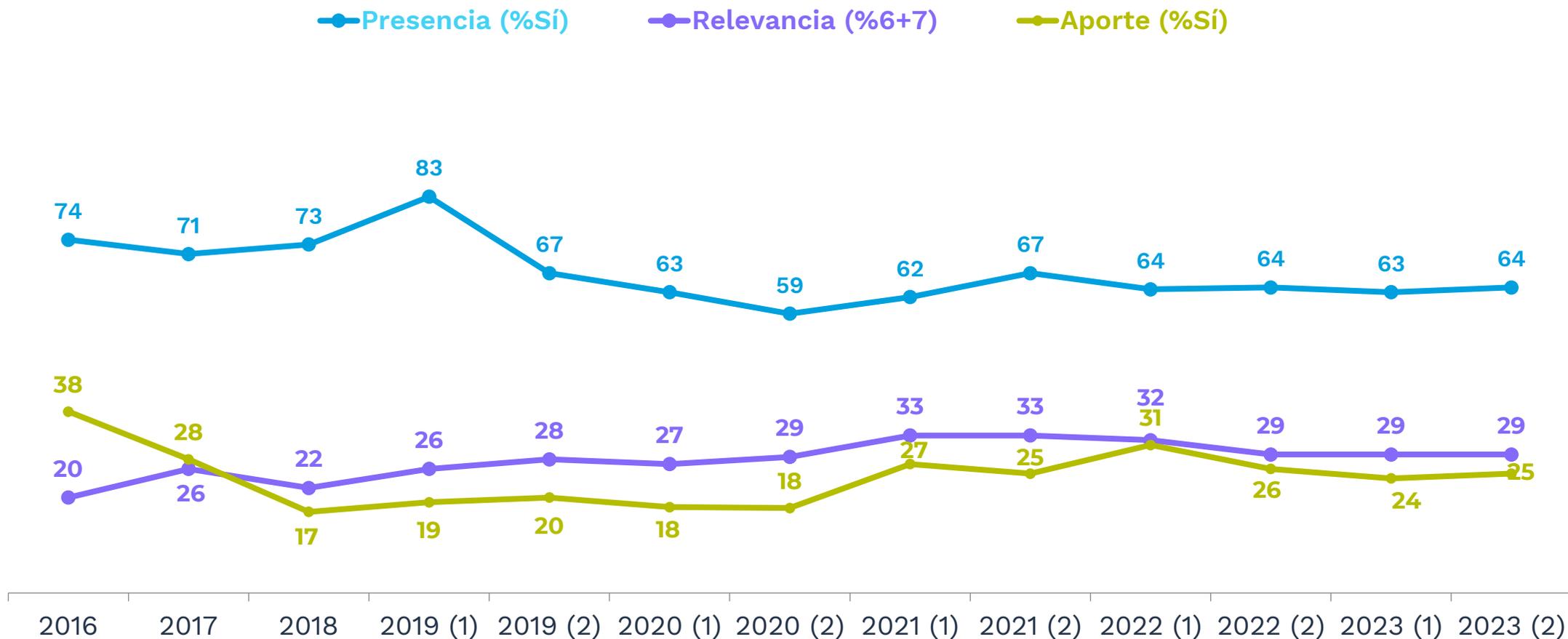
Modelo Marcas Ciudadanas



Modelo Marcas Ciudadanas

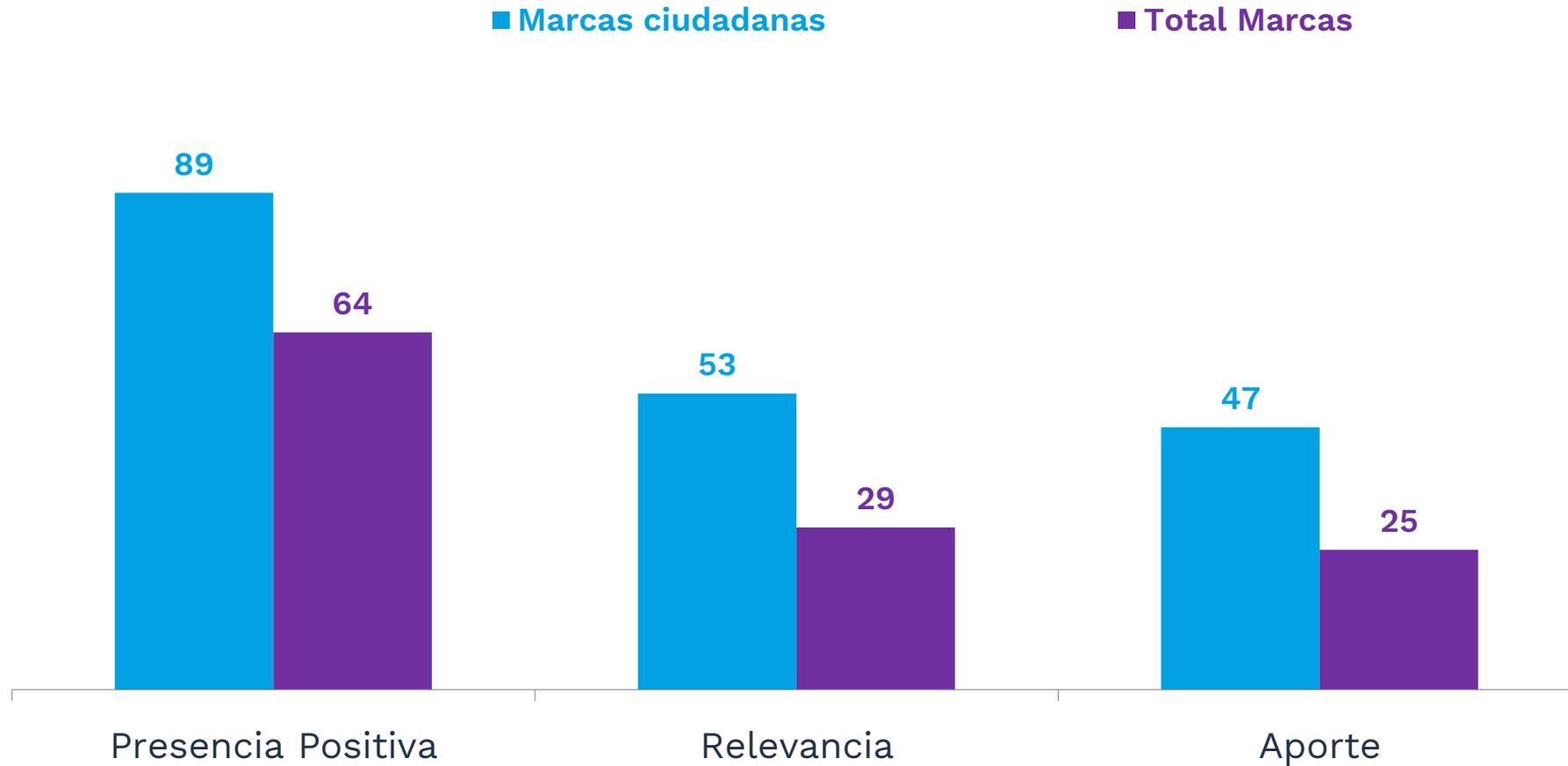


Evolutivo Total Marcas

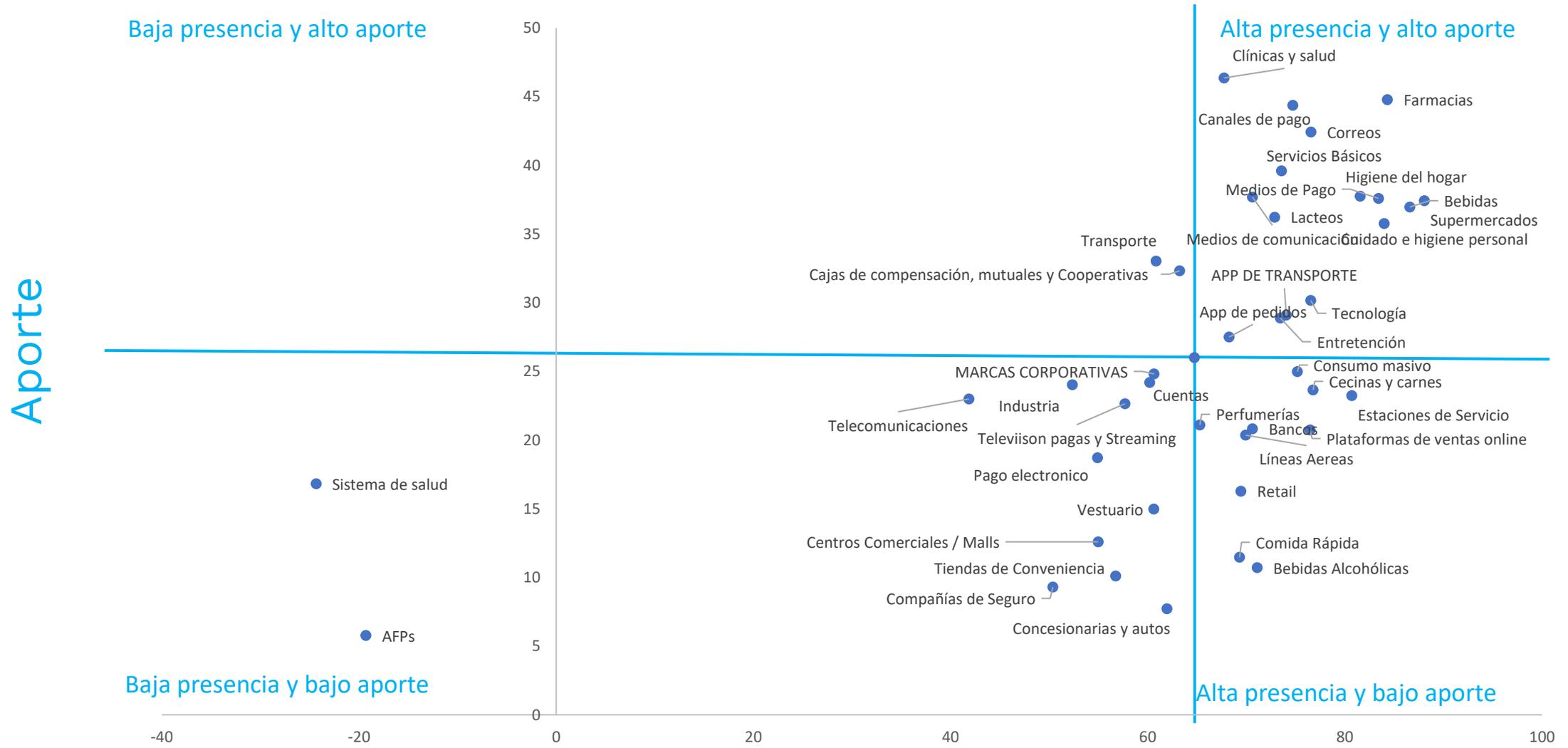


Resumen de dimensiones de Marcas Ciudadanas 2023-II

(%)



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

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

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	LalapaBza	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

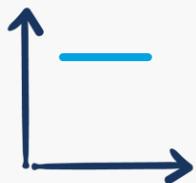
244	26
66	25
237	25
72	24
167	23
34	22
99	22
112	21
115	21
164	21
216	21





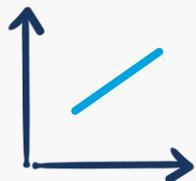
**Identificamos 5
grandes segmentos
de marcas**

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



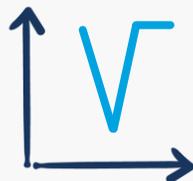
Marcas ciudadanas por excelencia:

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.



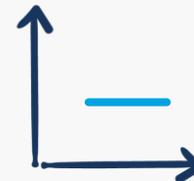
Marcas exitosas:

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:

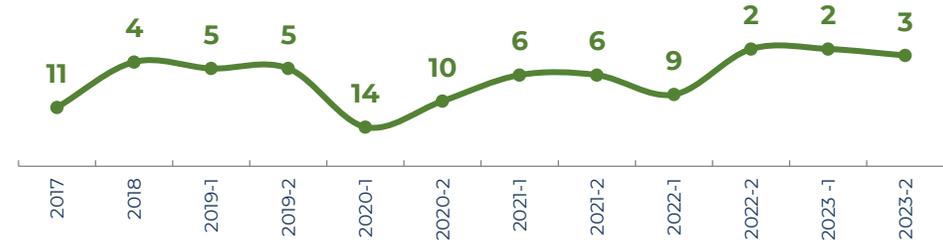
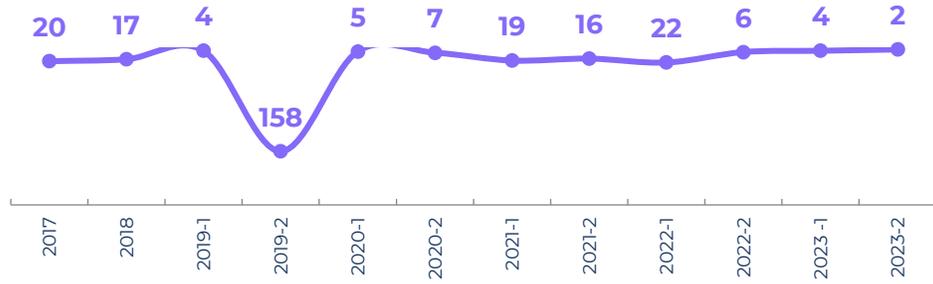
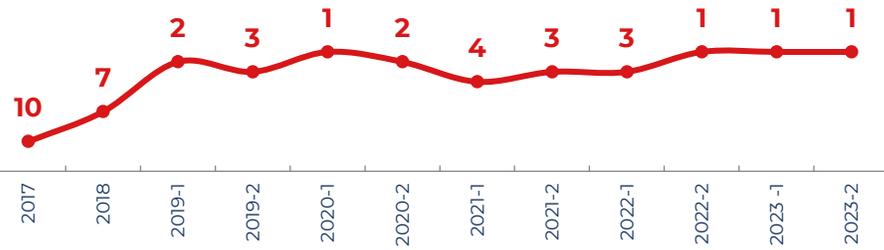
Marcas que se han mantenido sin grandes cambios en sectores medios o bajos del ranking.



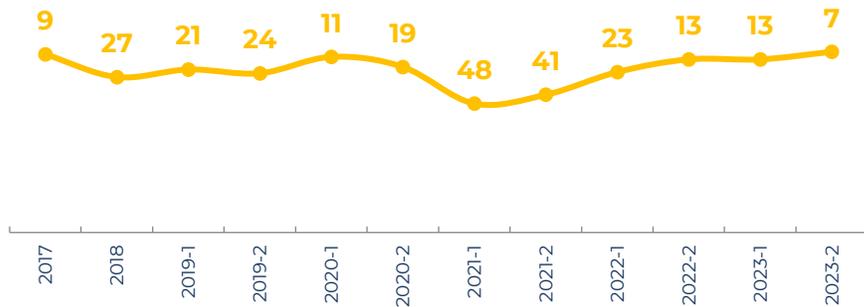
Marcas desafiadas:

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

4 ejemplos de Marcas Ciudadanas de Excelencia

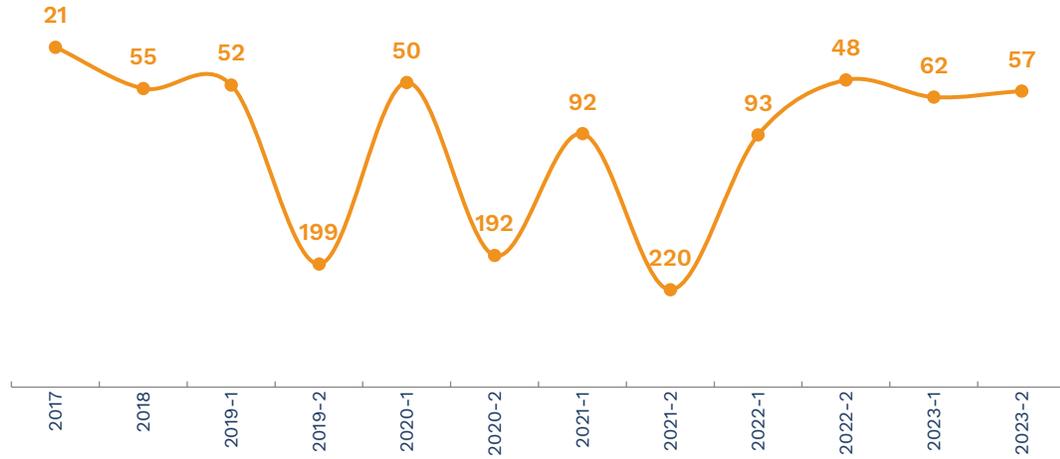


Marcas Exitosas que crecen constantemente

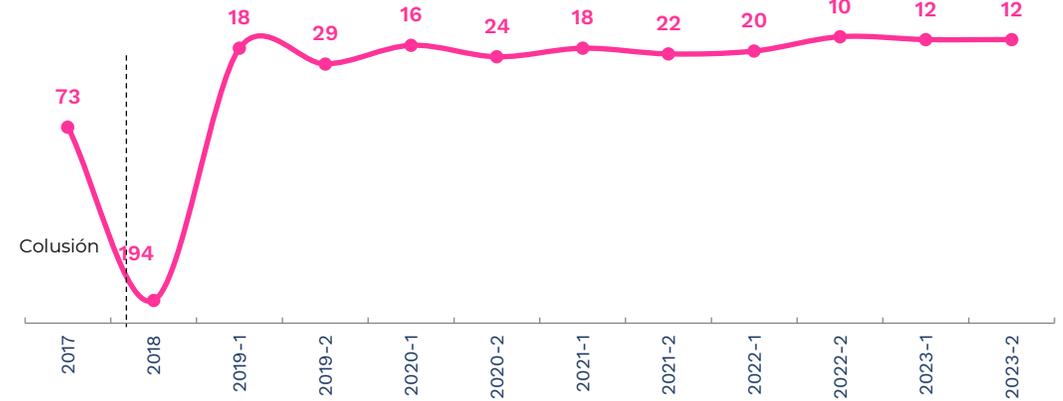


Marcas Resilientes han atravesado crisis pero han logrado salir de ellas

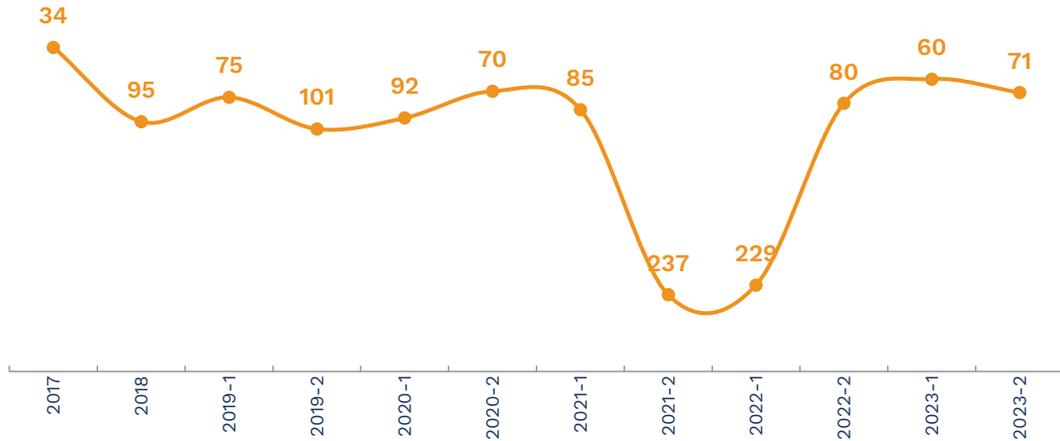
13



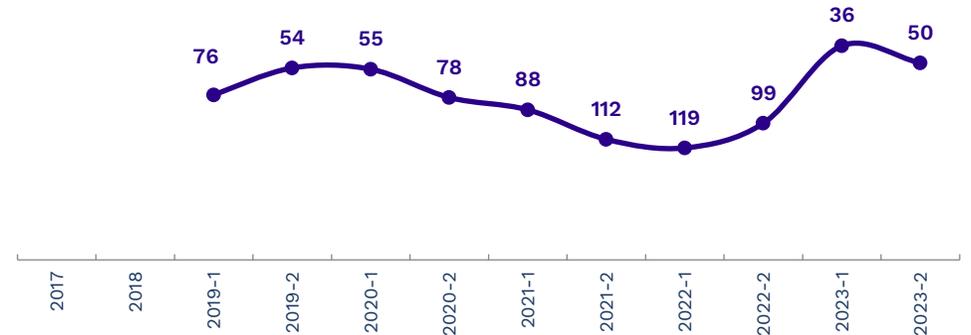
Confort



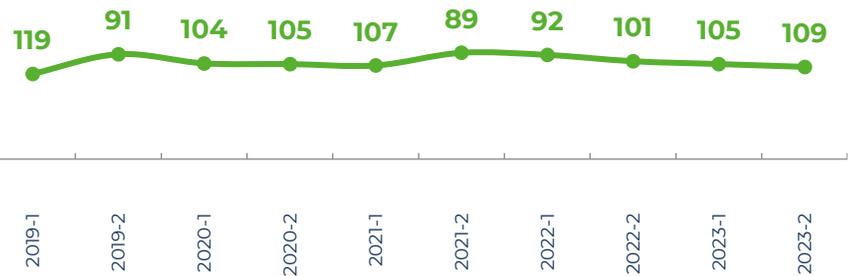
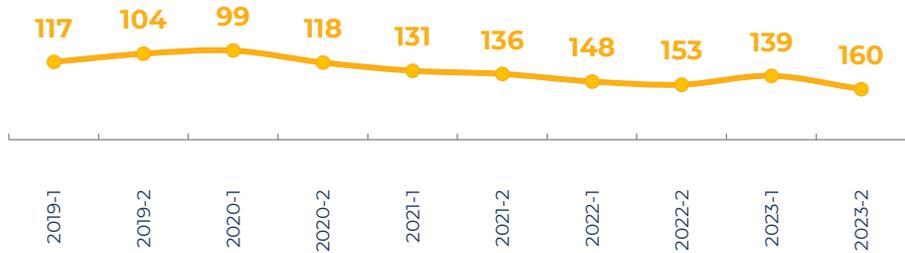
abastible



LATAM AIRLINES



Marcas Dormidas

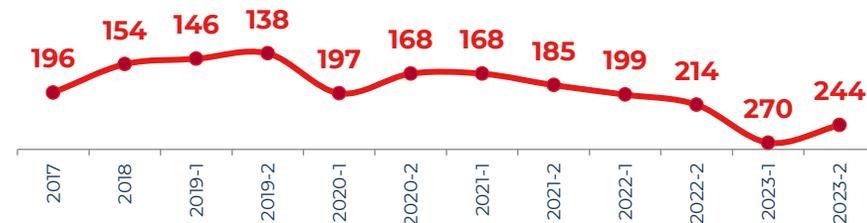


Marcas Desafiadas

Marca Telco



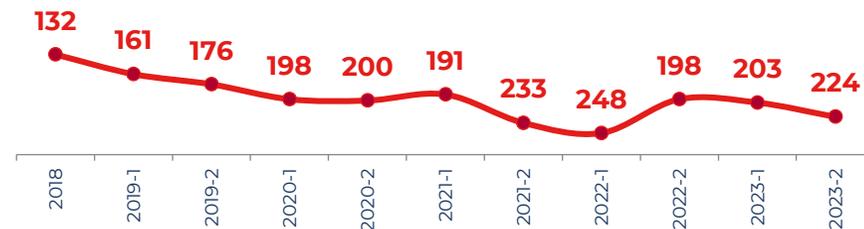
Marca Retail



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

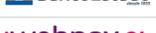


Comunicación visible
y memorable



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		 Ranking 2023 -II		 Ranking 2023-I		 Ranking 2023 -II		 Ranking 2023-I		 Ranking 2023 -II		 Ranking 2023-I	
81			79	101			158	121			104	141			157
82			88	102			138	122			134	142			145
83			91	103			75	123			-	143			63
84			111	104			129	124			99	144			148
85			159	105			90	125			107	145			161
86			100	106			103	126			118	146			256
87			66	107			141	127			68	147			168
88			96	108			112	128			142	148			121
89			49	109			95	129			114	149			167
90			128	110			-	130			160	150			151
91			74	111			-	131			189	151			144
92			115	112			89	132			175	152			-
93			94	113			73	133			77	153			176
94			105	114			140	134			-	154			-
95			132	115			125	135			149	155			156
96			108	116			110	136			146	156			139
97			102	117			98	137			119	157			199
98			23	118			46	138			152	158			-
99			133	119			120	139			143	159			-
100			101	120			72	140			187	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		
188		↑ 216
189		= 186
190		↓ 181
191		↑ 197
192		↓ 147
193		↓ 179
194		-
195		-
196		
197		
198		↑ 211
199		↑ 204
200		↑ 224

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

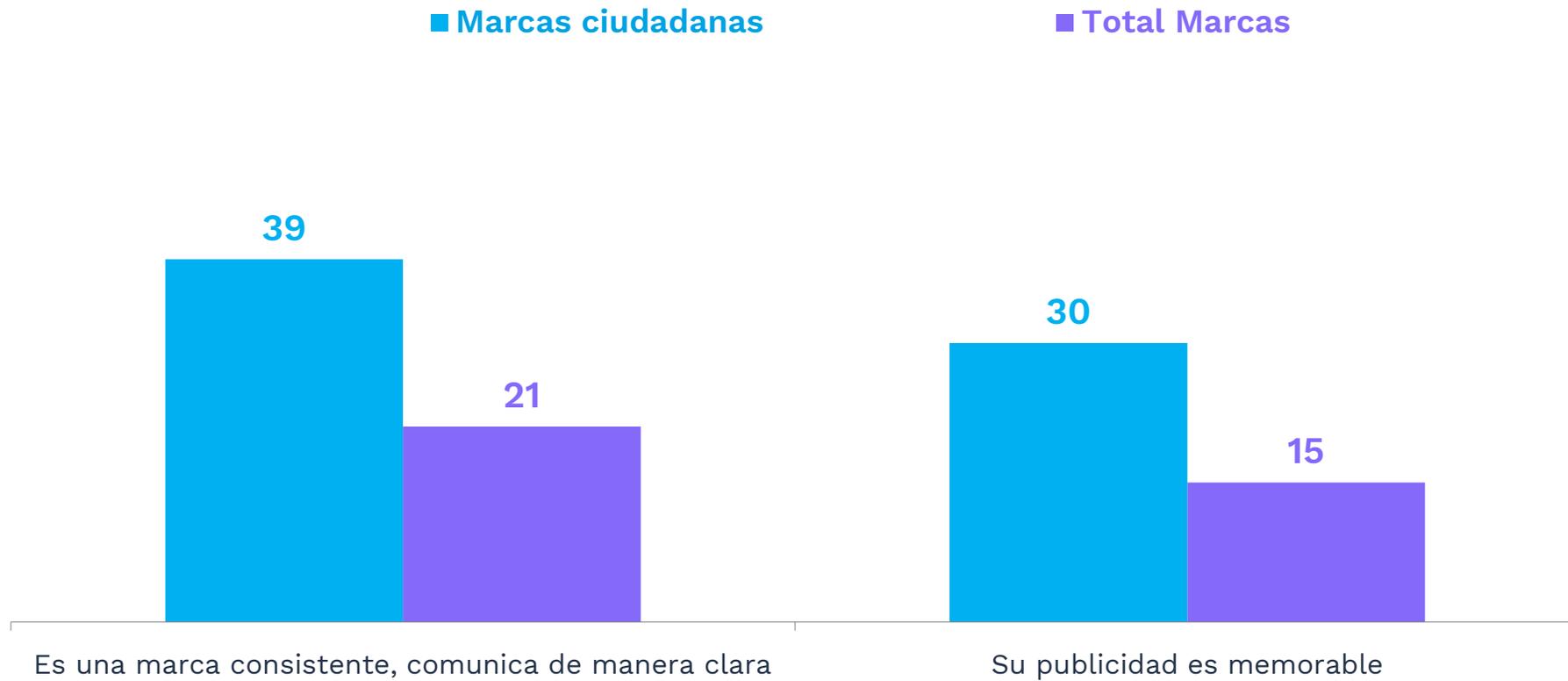
Ranking Presencia 2023 – Primer Semestre – Marca 221 a Marca 270

 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

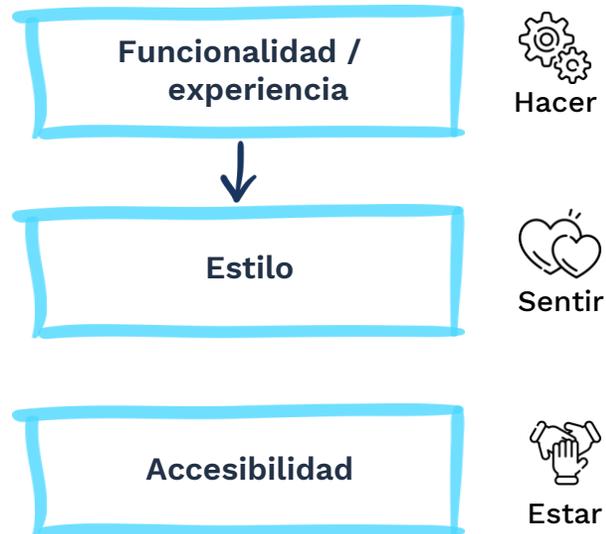
 Ranking 2023 -II		 Ranking 2023-I
241		 240
242		 226
243		 249
244		 234
245		 -
246		243
247		 227
248		 239
249		-
250		 236
251		 235
252		 248
253		 247
254		 254
255		 252
256		-
257		 251
258		 257
259		 261
260		 250

 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

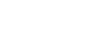
Ranking Relevancia 2023 – Segundo Semestre – Marca 81 a Marca 160

 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

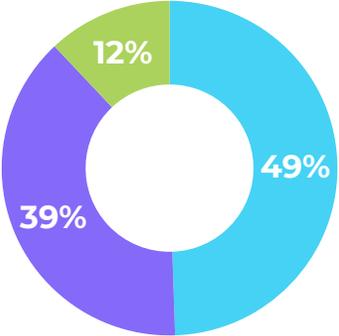
Dimensiones que sustentan la relevancia de las Marcas Ciudadanas 2023



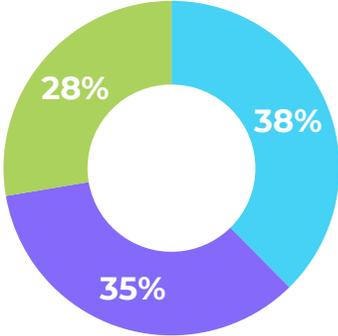
Dimensiones que sustentan la relevancia de las Marcas Ciudadanas: por industria

● Funcionalidad ● Estilo ● Accesibilidad

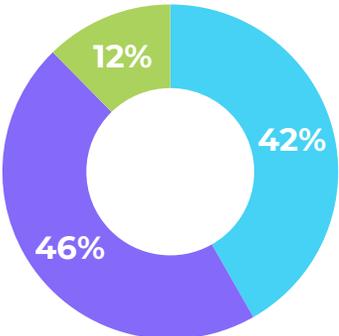
Total



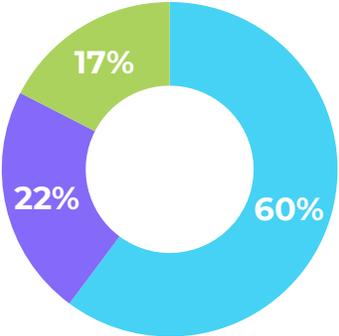
Farmacias



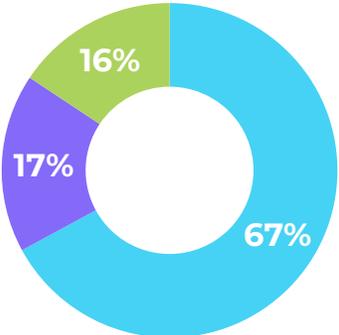
Líneas Aéreas



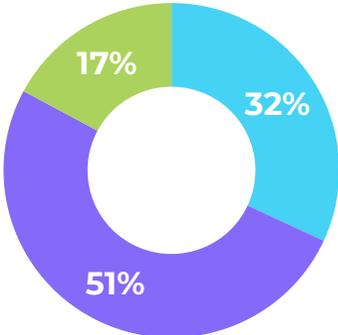
Consumo Masivo



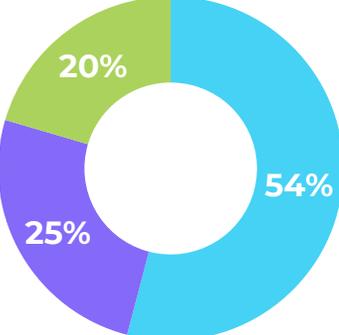
Bancos



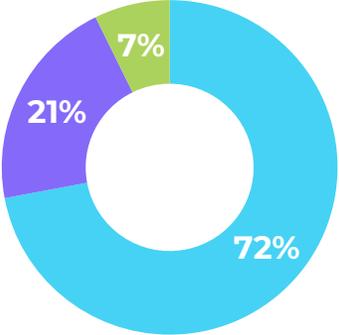
Supermercados



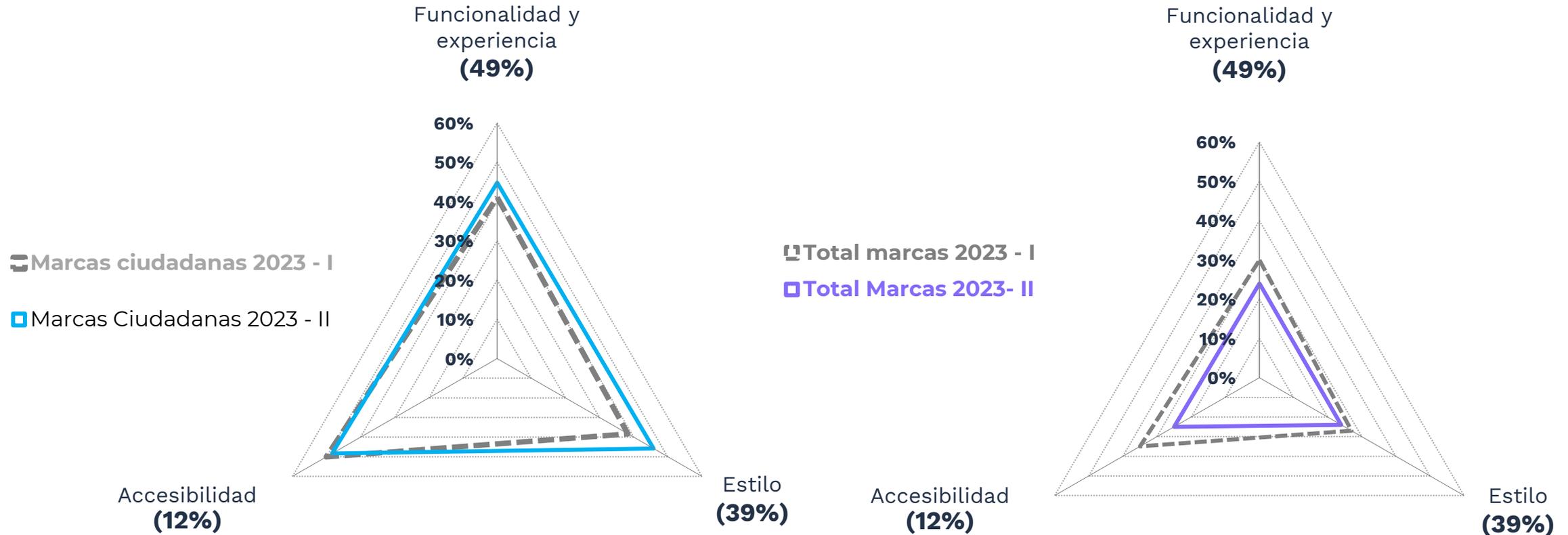
Telcos



Servicios básicos



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									
	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
161	98
162	-
163	158
164	130
165	188
166	152
167	155
168	172
169	136
170	142
171	174
172	151
173	161
174	205
175	190
176	180
177	191
178	-
179	164
180	130

Ranking 2023 -II	Aporte 2023-I
181	210
182	179
183	166
184	189
185	154
186	104
187	186
188	221
189	159
190	191
191	204
192	239
193	202
194	182
195	166
196	228
197	193
198	210
199	-
200	152

Ranking 2023 -II	Aporte 2023-I
201	184
202	180
203	162
204	-
205	196
206	232
207	170
208	183
209	-
210	-
211	206
212	238
213	196
214	203
215	233
216	235
217	225
218	-
219	199
220	239

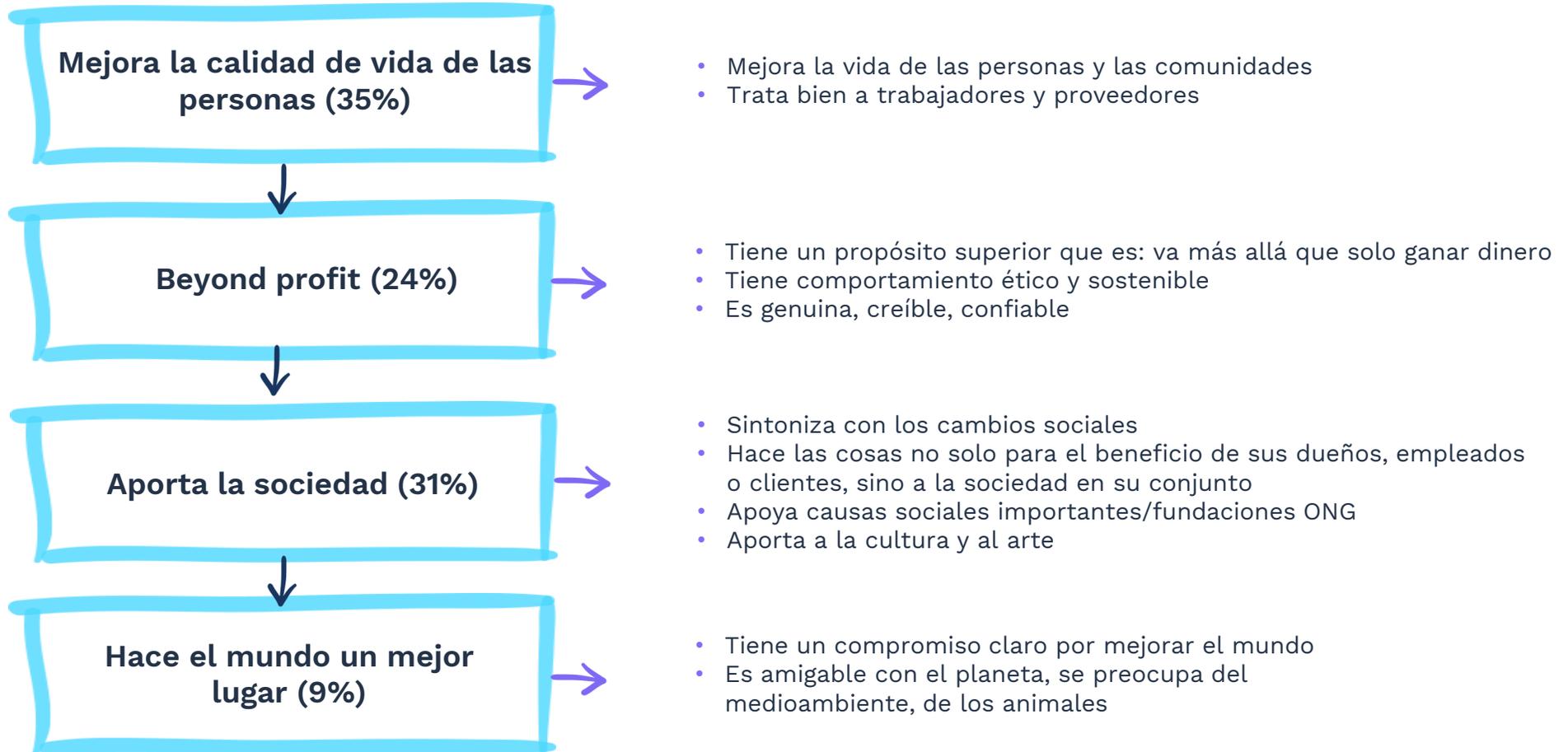
Ranking Aporte 2023 – Segundo Semestre– Marca 221 a Marca 270

Ranking 2023 -II		Aporte 2023-I
221		↑ 228
222		↑ 245
223		↑ 264
224		= 226
225		↑ 260
226		↓ 133
227		↑ 255
228		-
229		↓ 198
230		= 233
231		↓ 213
232		↓ 224
233		↓ 184
234		↑ 248
235		↓ 178
236		↓ 206
237		↓ 227
238		↓ 219
239		↑ 251
240		= 239

Ranking 2023 -II		Aporte 2023-I
241		↑ 268
242		↑ 250
243		↓ 230
244		↑ 257
245		↓ 217
246		-
247		↓ 230
248		↓ 213
249		↓ 244
250		↓ 212
251		↑ 262
252		↑ 267
253		= 252
254		↓ 245
255		↓ 223
256		↓ 218
257		↓ 235
258		↓ 220
259		-
260		= 258

Ranking 2023 -II		Aporte 2023-I
261		= 260
262		= 259
263		↓ 248
264		↑ 269
265		↓ 256
266		↓ 252
267		↓ 245
268		↓ 235
269		= 265
270		↓ 243

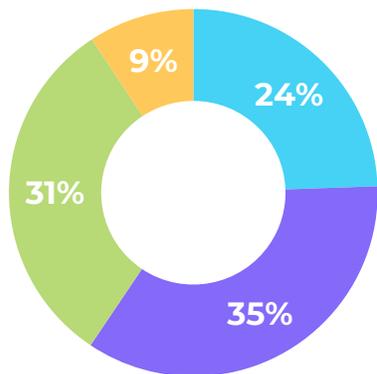
Modelo de Aporte



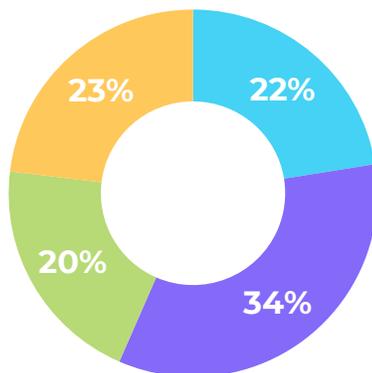
Dimensiones que sustentan el aporte de las Marcas Ciudadanas: por industria

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

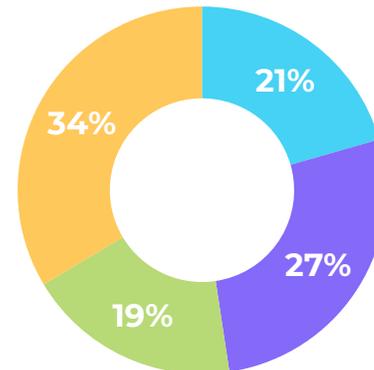
Total



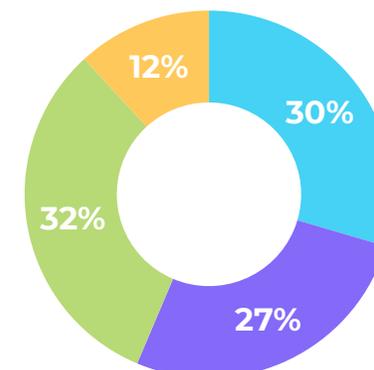
Farmacias



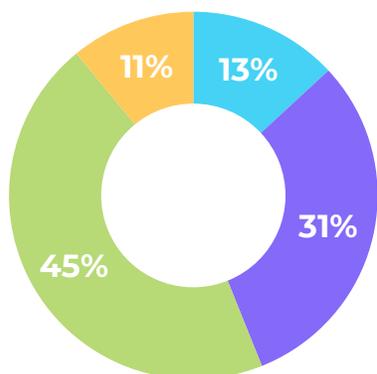
Líneas Aéreas



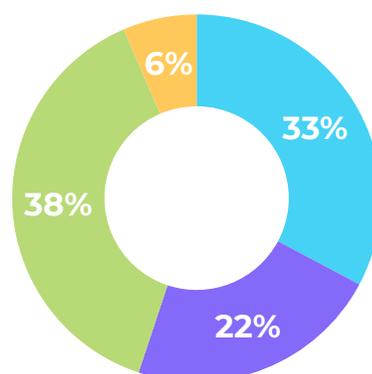
Consumo masivo



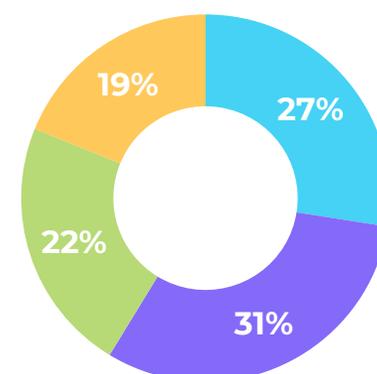
Bancos



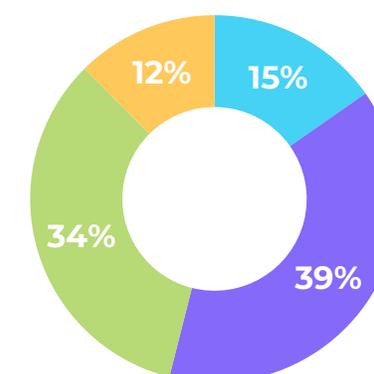
Supermercados



Telcos



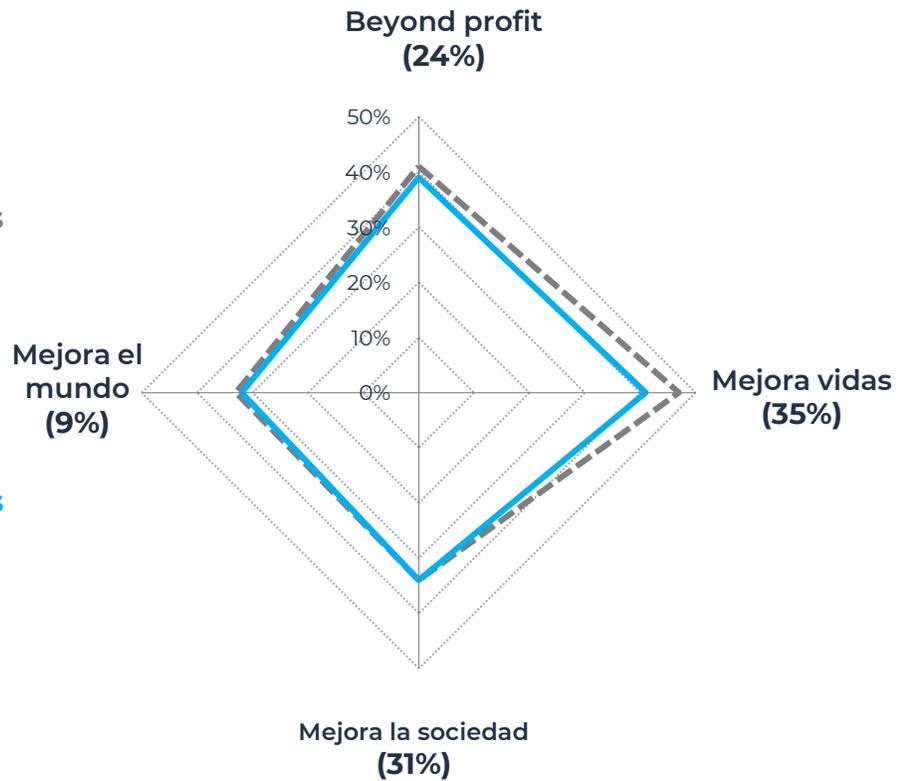
Servicios básicos



Desempeño dimensiones de relevancia - Evolutivo

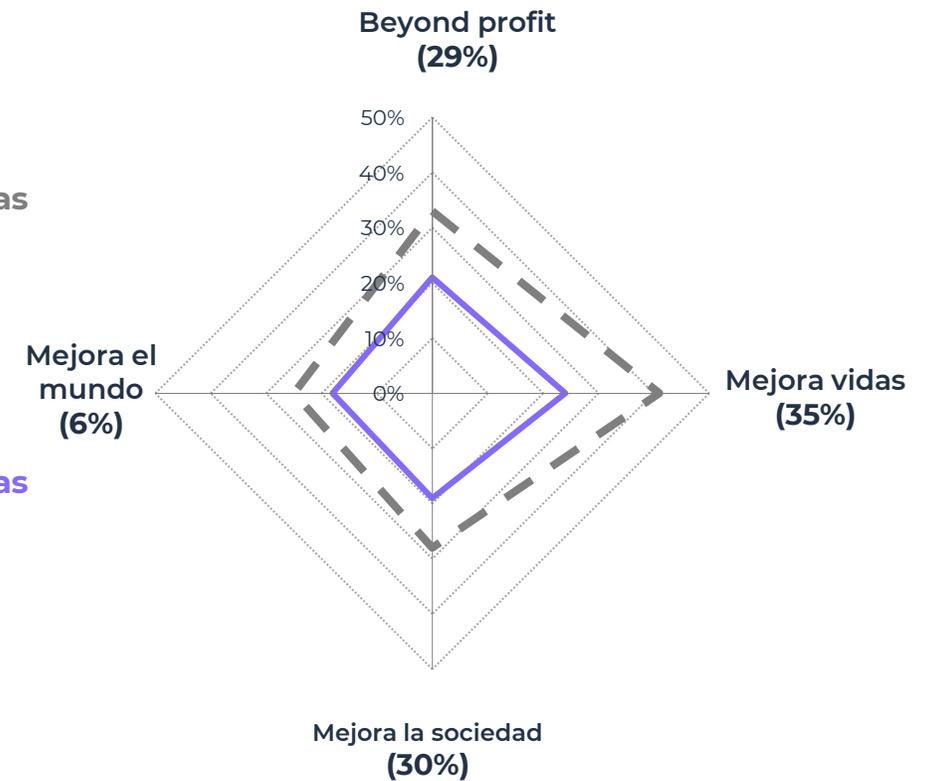
**Marcas
ciudadanas
2023 - I**

**Marcas
ciudadanas
2023 - II**



**Total marcas
2023 - I**

**Total marcas
2023 - II**





**Marcas
Ciudadanas en
segmento líderes
empresariales**

Metodología

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

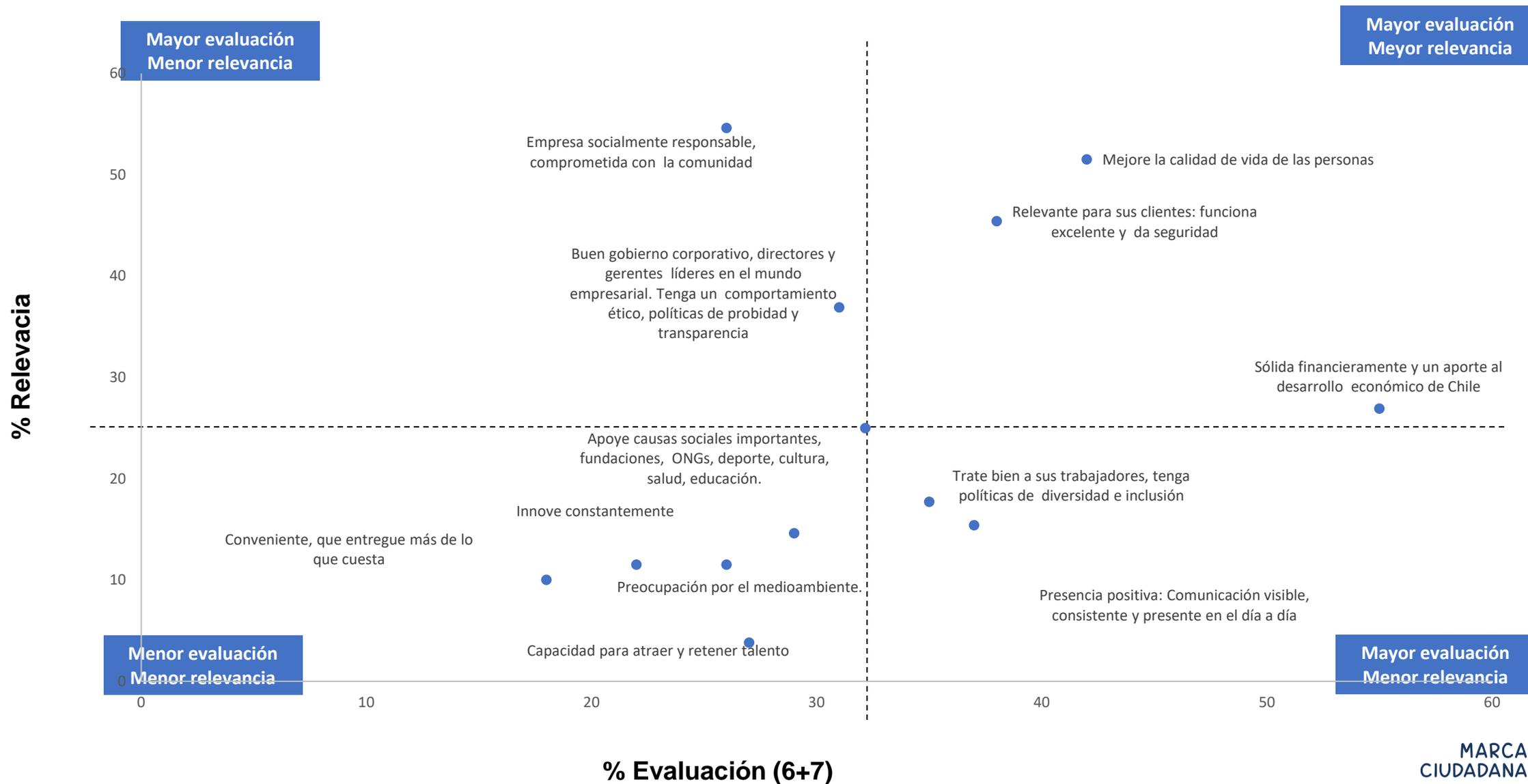


Segundo semestre

(Campo realizado durante octubre de 2023)

casos totales 300

Evaluación y relevancia atributos de las empresas/marcas

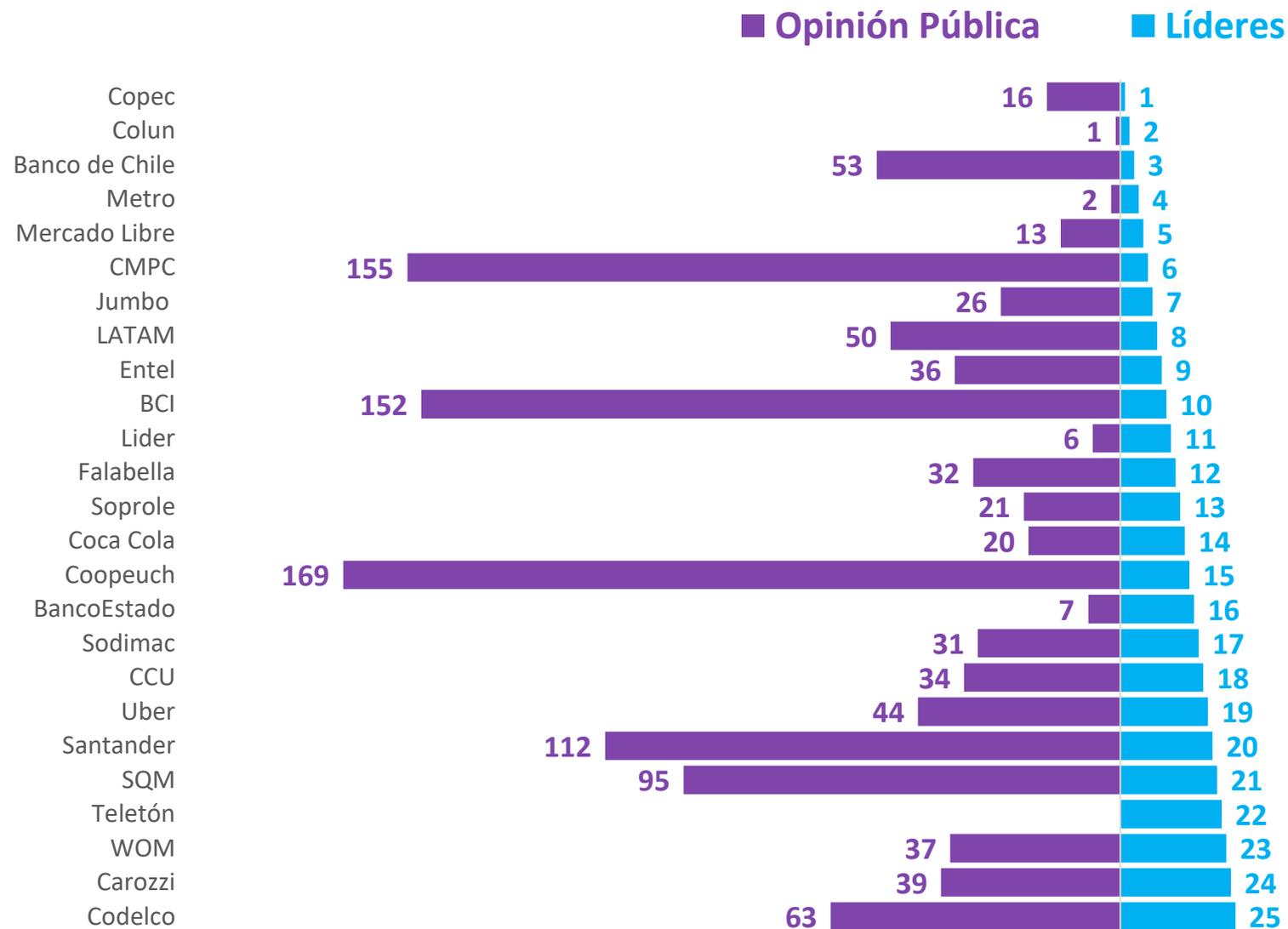


Marcas Ciudadanas 2023 – Segundo Semestre - Líderes



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