

# MARCAS CIUDADANAS

Sin miedo: Más branding menos performance

Segundo semestre 2024



Desde el estallido social,  
en Chile ha  
predominado la  
*"inseguridad"* y  
sentimientos de *temor* e  
*incertidumbre*



# Chile iba a ser un mejor país, pero terminó siendo peor

2019 : Cuando Chile logre superar esta crisis, ¿Cree que será...?

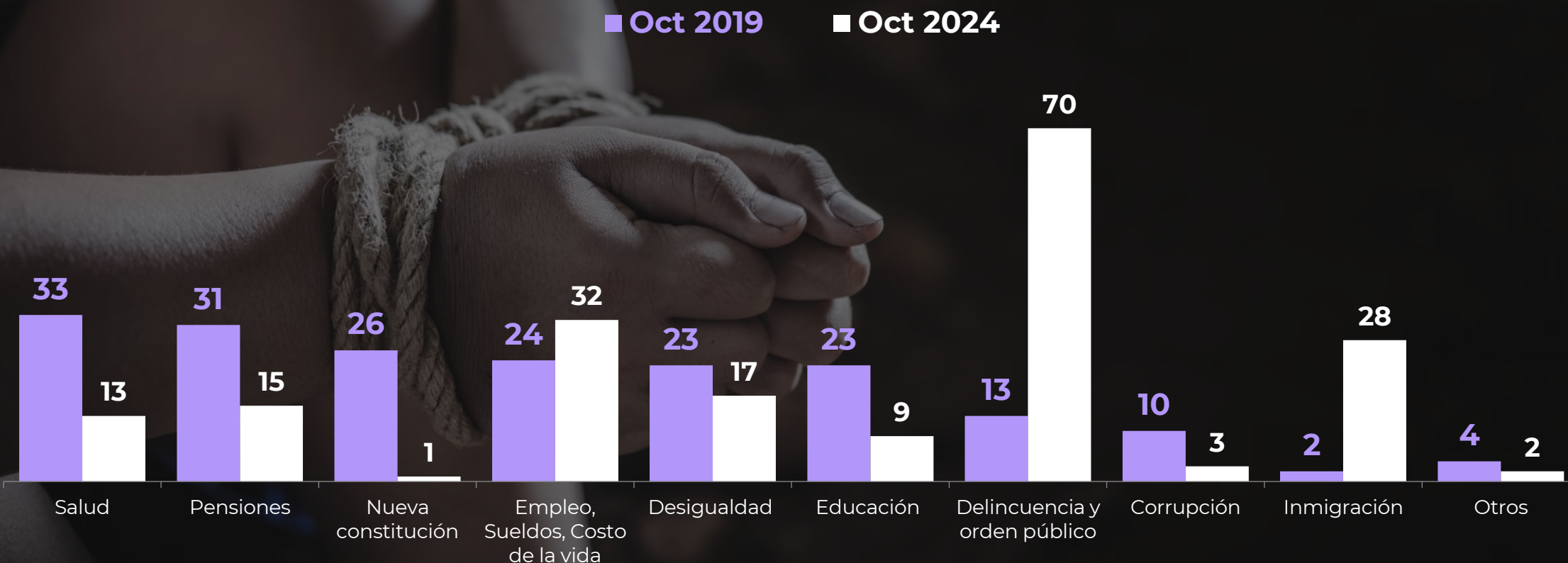
2024: Post estallido social ¿Ud. cree que Chile es...?





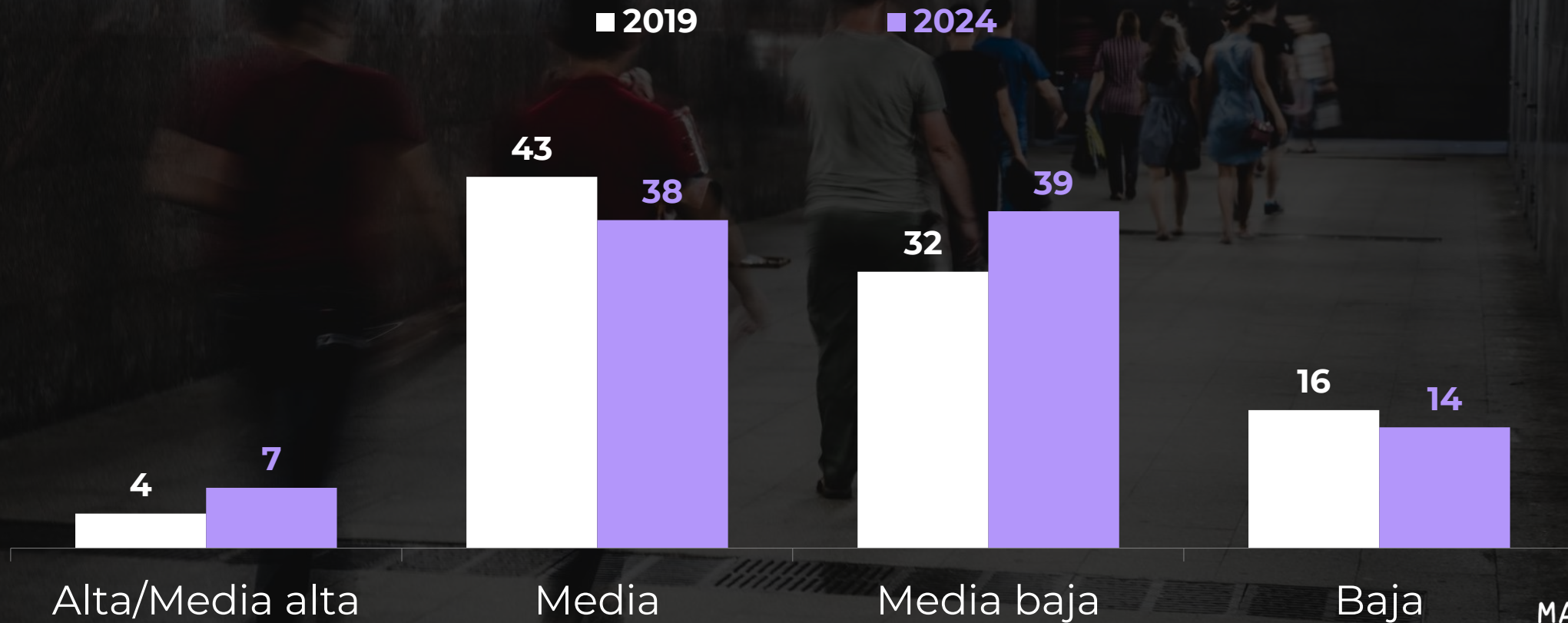
# El miedo a la delincuencia es hoy la principal de las inseguridades

A su juicio, ¿En cuál de las siguientes áreas el Gobierno del Presidente Piñera / Boric debería dedicar mayor esfuerzo?  
Alternativas dadas. Respuesta múltiple. % Total menciones



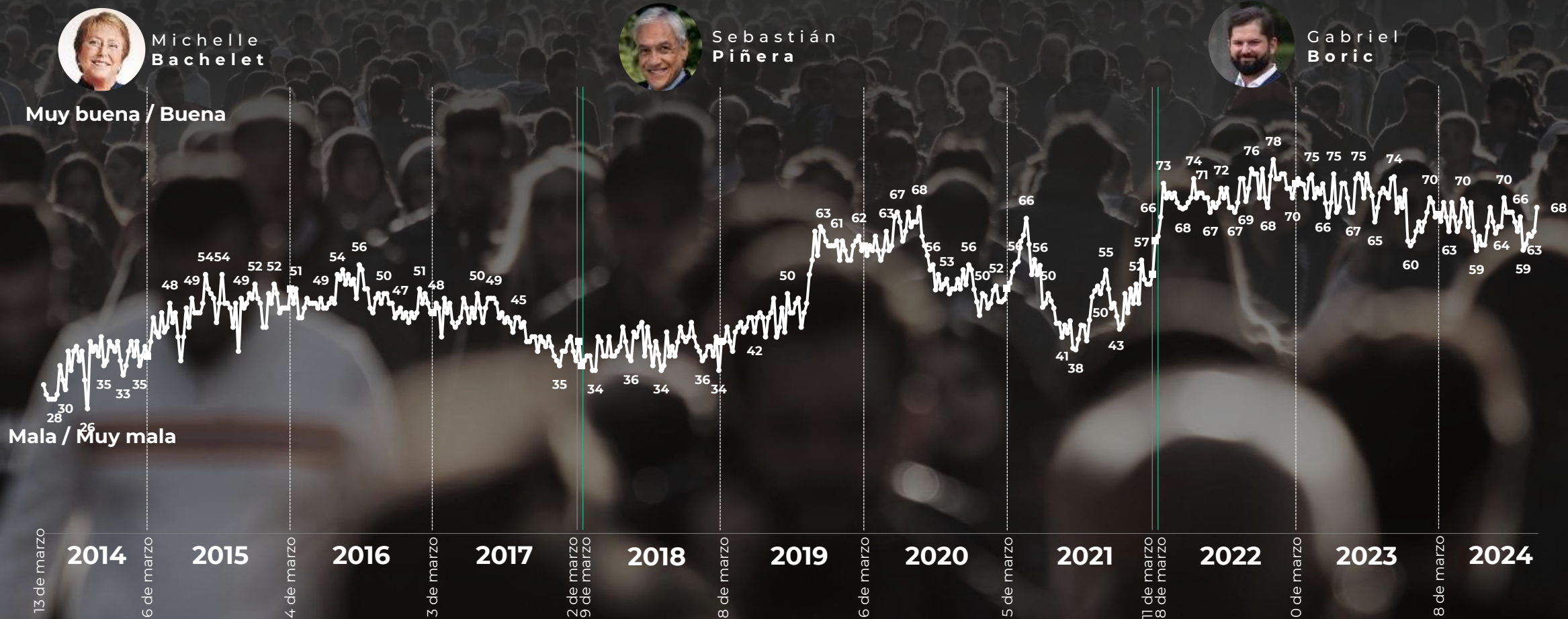
# Junto con la inseguridad de no poder sostener nuestra calidad de vida

En nuestra sociedad la gente tiende a ubicarse en distintas clases sociales,  
¿Dónde te ubicarías tú actualmente? %

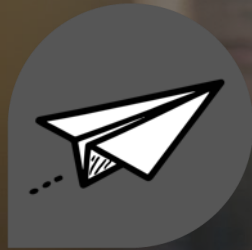


# Expectativas de consumo van a completar tres años seguidos en sus niveles más negativos

¿Cómo calificaría usted la situación económica de los consumidores para poder comprar bienes y servicios? %



# Pasamos de la esperanza al miedo



## Esperanza

- Abre un futuro, una posibilidad de futuro
- Sueña
- Moviliza / genera acción
- Convoca a la unidad / lo colectivo



## Miedo

- Se da vueltas en el ahora y cierra puertas
- Se protege
- No moviliza / se ancla
- Desconfía / se encierra en el yo

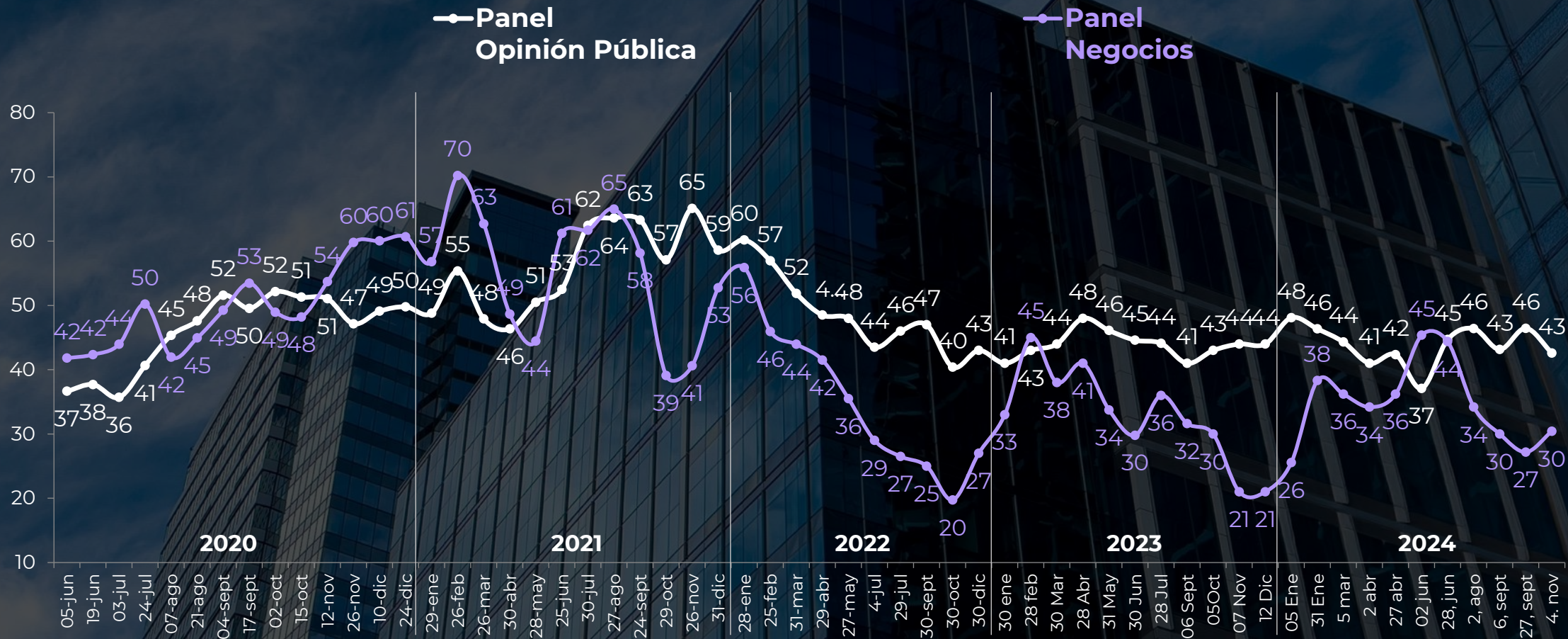




**El estado de ánimo negativo**  
*contagia e inmoviliza a las*  
*marcas/empresas*



# Las expectativas económicas de los empresarios son más negativas que las de la opinión pública



# Los CMO perciben una pérdida de influencia y relevancia del Marketing para el negocio

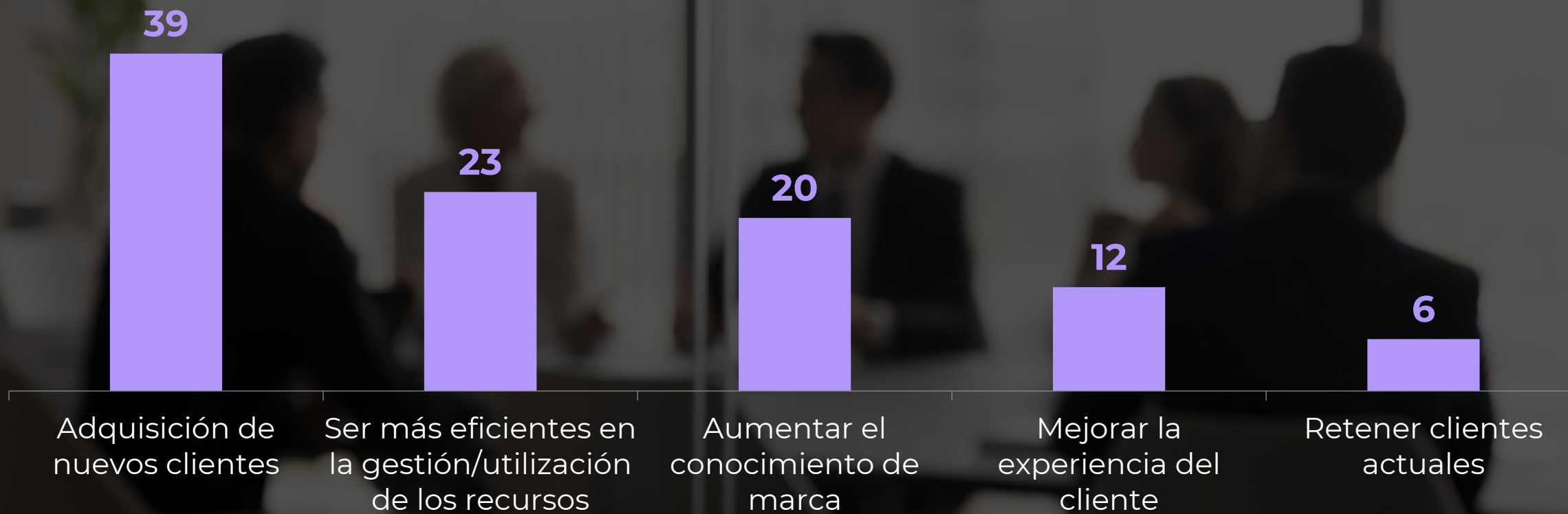
Durante el último año, considero que la influencia y relevancia estratégica del área de marketing ante la alta dirección de la empresa  
**% Ha aumentado**



*La mayoría* de los CMO distribuye  
**2/3 del presupuesto**  
**en acciones de corto plazo y sólo**  
**1/3 en largo plazo**

# La adquisición de nuevos clientes y ser más eficientes en los recursos fueron los principales focos del 2024

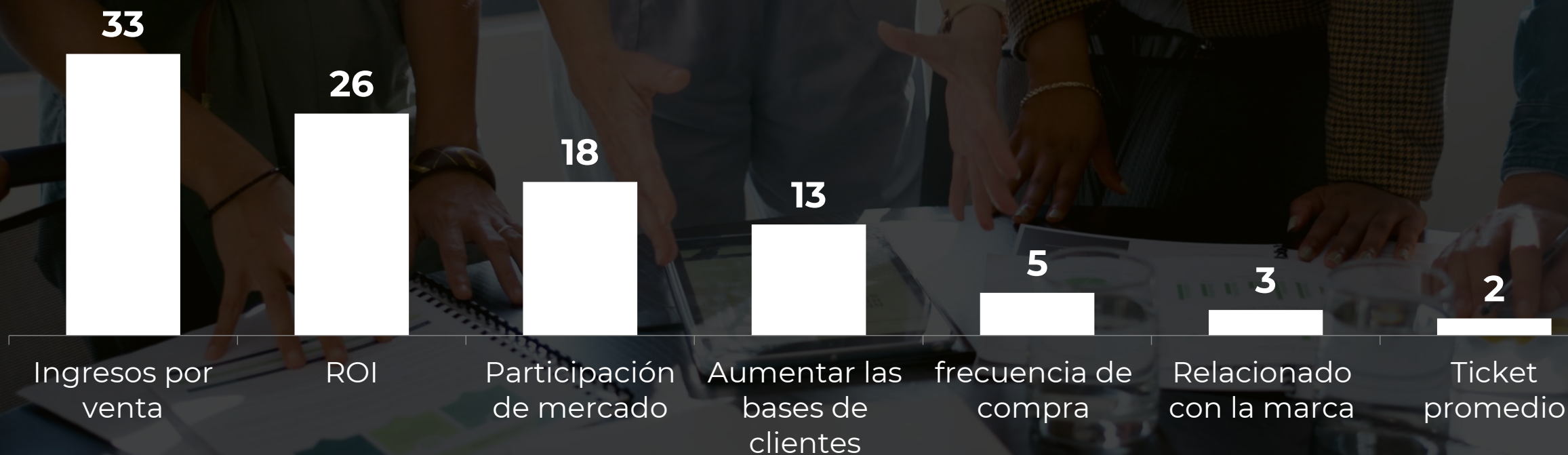
Respecto al foco de marketing ¿Cuál de estas alternativas a tenido mayor prioridad en los últimos 12 meses? %



Fuente: Deloitte. CMO Survey Chile

# La KPIs enfocados en venta y eficiencia

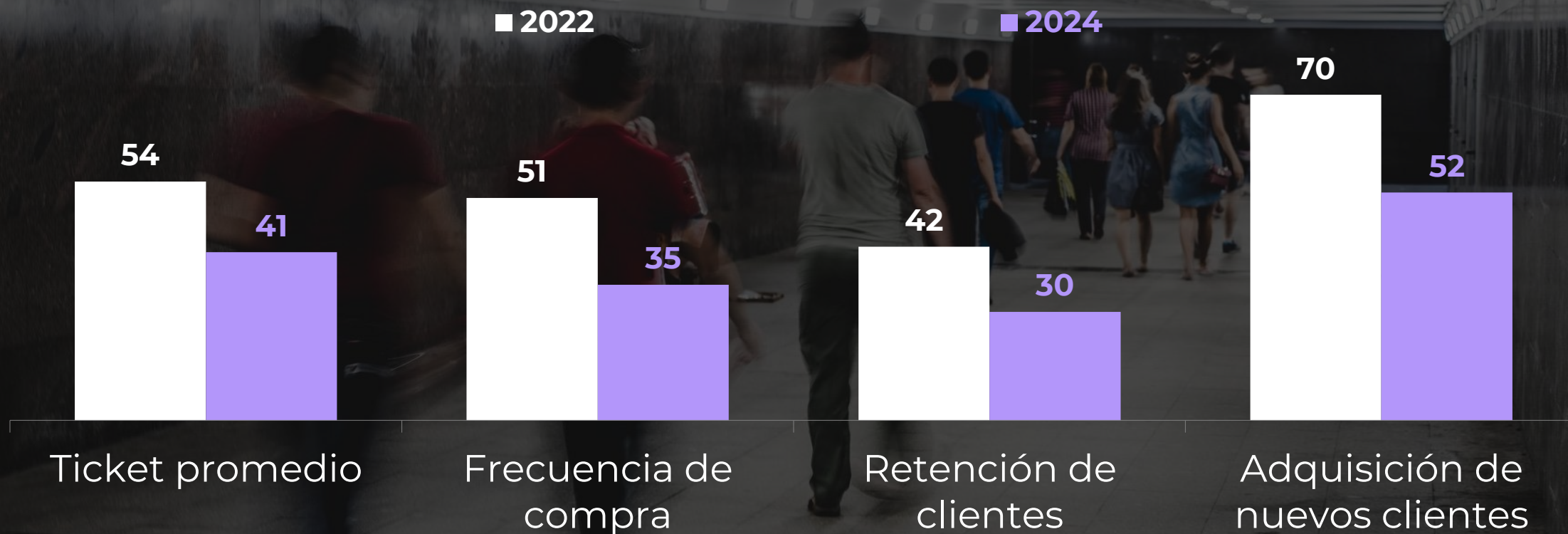
¿Cuál de estos KPIs ha sido más importante en los últimos 12 meses?



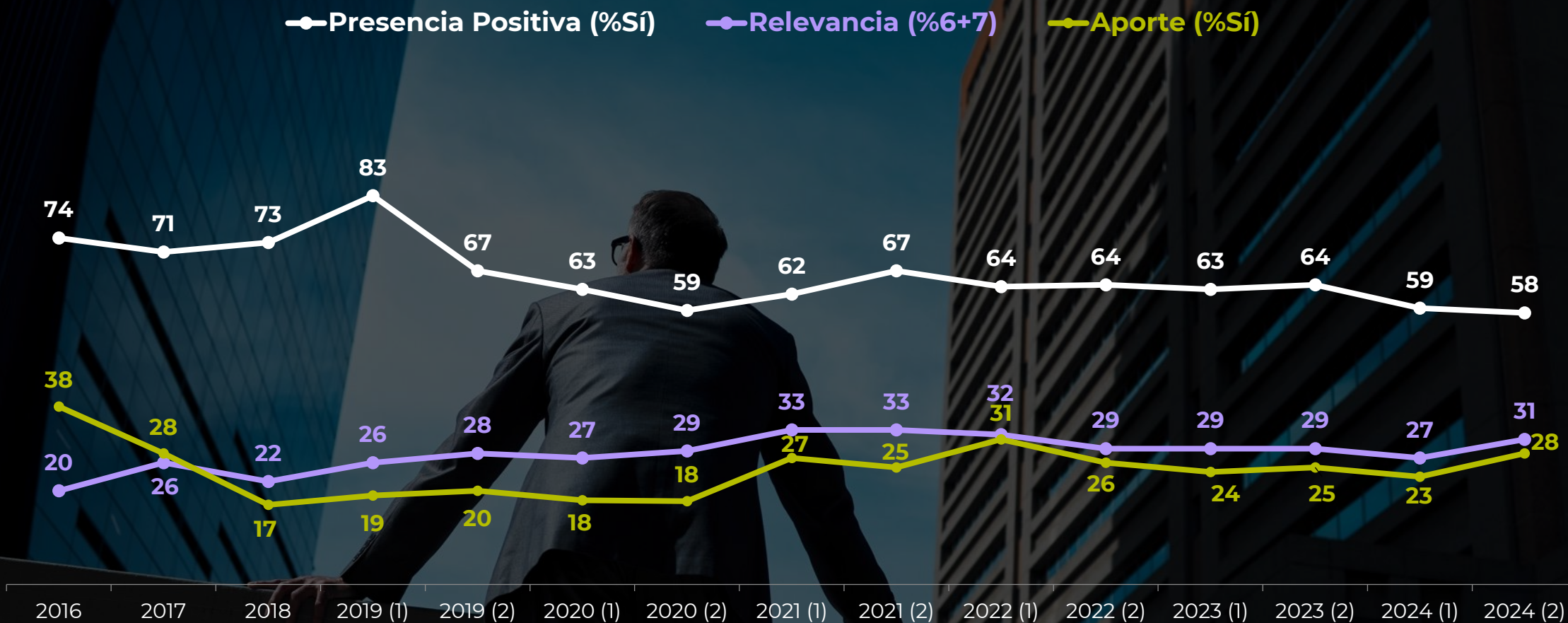
# Pero **no** está funcionando

¿Cómo fue el comportamiento de su marca en los últimos 12 meses respecto al periodo inmediatamente anterior, con relación a los siguientes aspectos?

% Aumentó



# La presencia positiva de las marcas no repunta. Y sólo 1/3 las considera relevantes para su vida o perciben su aporte





**Cuando los clientes/consumidores  
no son capaces de percibir brotes  
verdes, las empresas/marcas  
tenemos un rol fundamental**



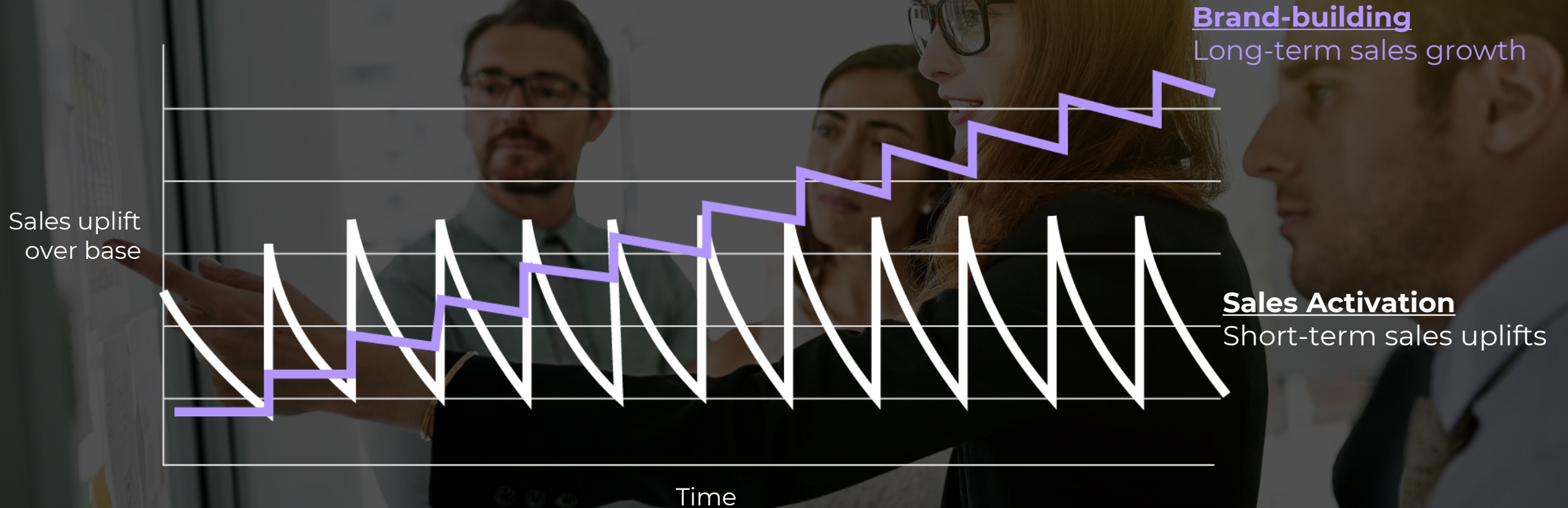
A close-up photograph of several ants on a green leaf. One ant is at the top, another at the bottom, and a large group of ants is in the middle, building a bridge by holding their heads and legs together. The background is a soft, out-of-focus green.

Volver a *construir marcas* es una urgencia

Pensar en estrategias a mediano y largo plazo **es clave** para estar preparados frente a **un escenario optimista de consumo**. Para esto, es necesario tener claridad de la propuesta de valor y el aporte que genera tu empresa/marca.

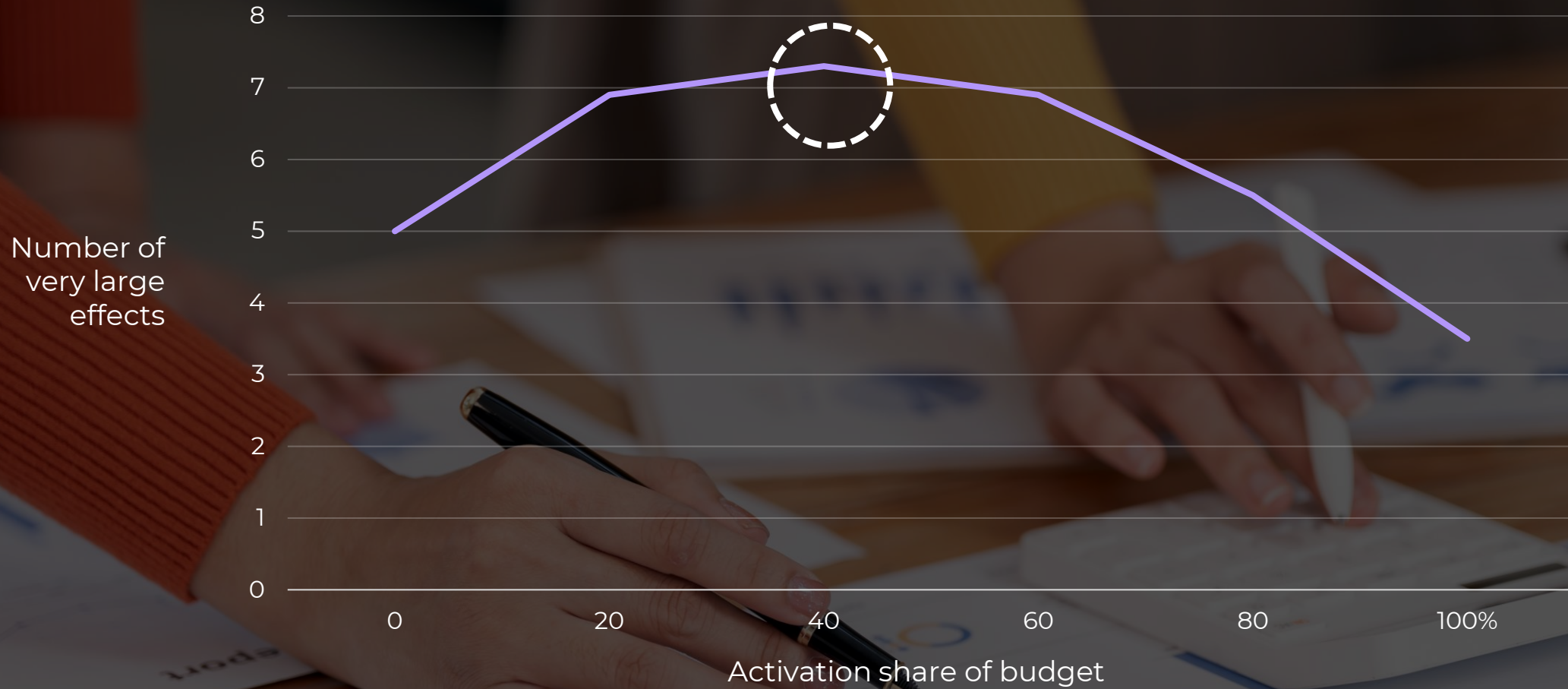
Las mayores alzas en esta medición de Marcas Ciudadanas fueron apalancadas desde la **presencia positiva que proyectan**

# Invertir en **branding** genera un nivel de *lealtad* que nunca logrará el performance



# La academia ha demostrado la relación adecuada entre branding y performance

The 60:40 Split delivers máximo effectiveness



Source: Les Binet and Peter Field, The Long and the Short of it, IPA, (Figure 38)

# Acá si importa *generar emociones y vínculos*

Respuestas de conducta a corto plazo

← **SYSTEM 2**

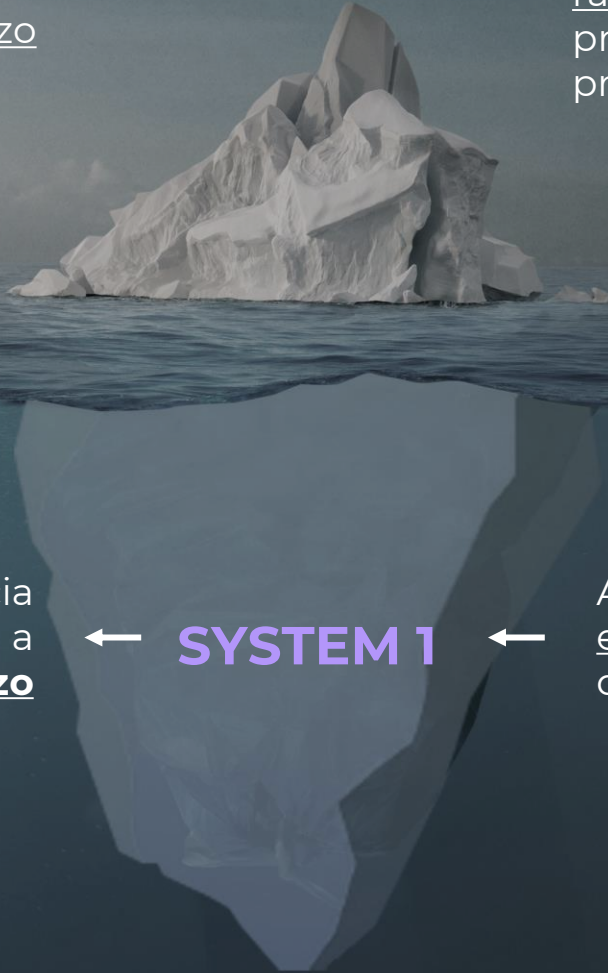
← Mensajes racionales sobre producto y precio



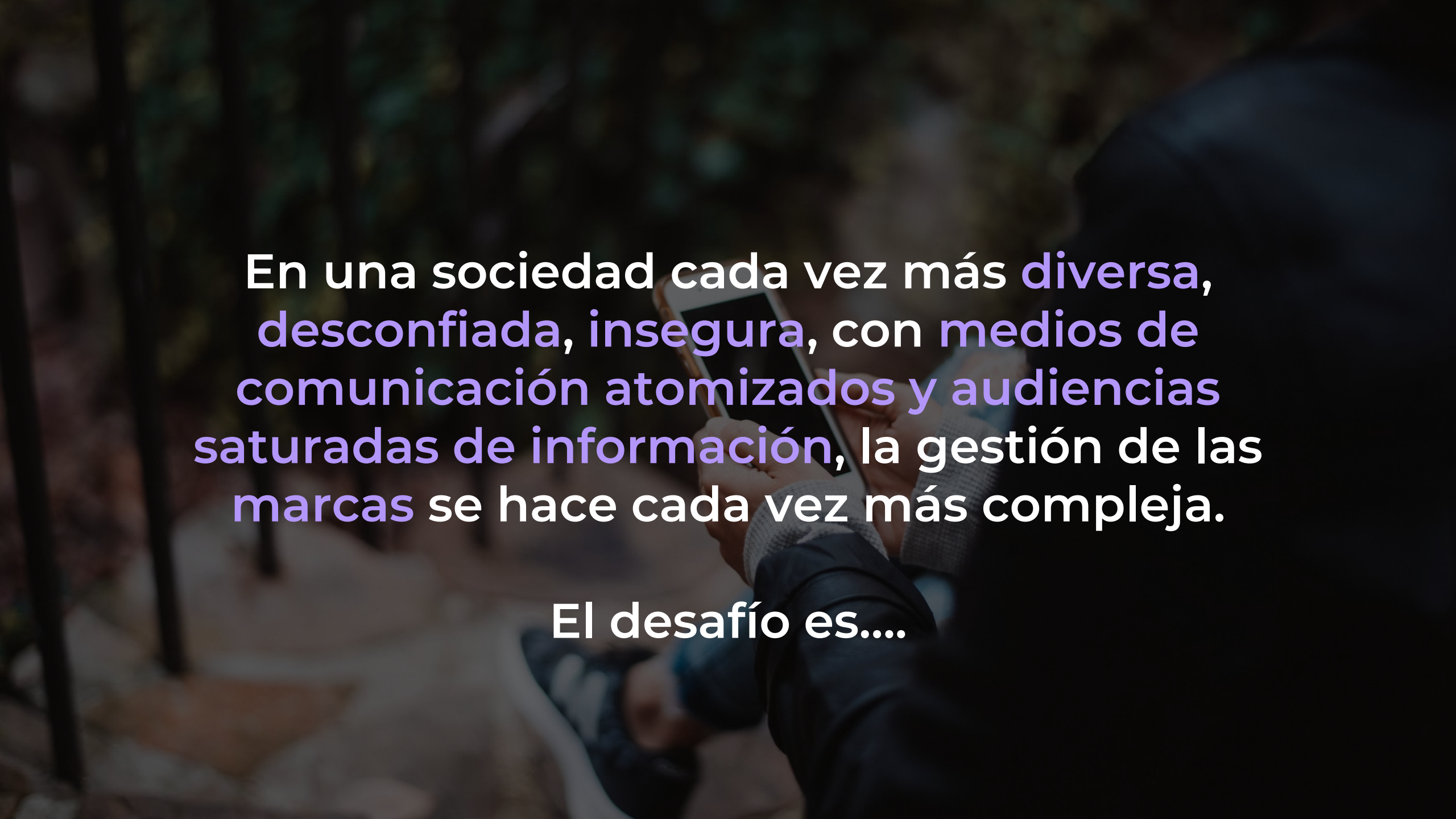
Preferencia de marca a largo plazo

← **SYSTEM 1**

← Asociación emocional de marca



Fuente: Analogía del iceberg de Binet y Field

A person in a dark suit is holding a tablet computer, looking at the screen. The background is a blurred crowd of people, suggesting a public event or conference. The text is overlaid on the image in white and purple colors.

**En una sociedad cada vez más diversa,  
desconfiada, insegura, con medios de  
comunicación atomizados y audiencias  
saturadas de información, la gestión de las  
marcas se hace cada vez más compleja.**

**El desafío es....**

A close-up, high-resolution photograph of a human eye. The eye is partially closed, showing the eyelid and the dark, thick eyelashes. The skin around the eye is a warm, light brown color. The background is dark and out of focus. The text is overlaid on the left side of the image.

# Que te vean

Captar la atención y ser memorable en un escenario saturado de estímulos.



## Que te crean

Ser creíble en un escenario  
en que cada sujeto juzga  
lo que es verdad.



## En resumen...



### **Escucha a los clientes:**

Entiende sus preocupaciones y necesidades.



### **Comunica de manera Creativa:**

Atreverse



### **Sabe que no todo es precio**

**(performance):** se preocupa de construir marca en el largo plazo.




### **Sabe reaccionar y aprovechar la coyuntura:**

En situaciones de crisis o de inseguridades, las marcas pueden tener un rol para conectar con las personas



### **Proyecta seguridad:**

Tanto en sus espacios físicos como virtuales.



**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 17 y el 28 de octubre de 2024)

**casos totales 11.750**

*\*En esta medición realizamos 650 encuestas por marca*

# 310 marcas medidas



# Modelo Marcas Ciudadanas



# Ranking de Marcas Ciudadanas 2024 - II

Son **40 marcas que destacan del resto.**  
Desde su propósito logran *hacerse visibles.*



# Marcas Ciudadanas 2024 – 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.		38.	
9.		19.		29.		39.	
10.		20.		30.		40.	



# Ranking global 2024 – Segundo Semestre - TOP 80 Marcas

Trofeo	Ranking 2024-II	Ranking 2024-I	Trofeo	Ranking 2024-II	Ranking 2024-I	Trofeo	Ranking 2024-II	Ranking 2024-I	Trofeo	Ranking 2024-II	Ranking 2024-I
	1	= 1		21	↑ 27		41	↓ 20		61	↓ 42
	2	↑ 15		22	↑ 34		42	↓ 4		62	↑ 80
	3	= 2		23	↑ 31		43	↓ 22		63	= 67
	4	= 6		24	↑ 33		44	↓ 24		64	↓ 50
	5	= 3		25	↓ 10		45	↓ 40		65	↑ 92
	6	= 5		26	↑ 57		46	↓ 18		66	↓ 61
	7	↑ 12		27	↑ 48		47	↑ 89		67	↑ 75
	8	↑ 14		28	↓ 13		48	↑ 84		68	↓ 46
	9	↑ 23		29	↑ 52		49	↑ 64		69	-
	10	↑ 21		30	↓ 8		50	↓ 38		70	= 73
	11	↑ 25		31	↑ 95		51	↑ 56		71	↑ 116
	12	↑ 28		32	= 29		52	= 54		72	↑ 111
	13	= 9		33	↑ 41		53	↑ 97		73	↑ 90
	14	= 17		34	↑ 68		54	↑ 66		74	↑ 88
	15	↓ 7		35	↑ 65		55	↓ 32		75	↓ 69
	16	↑ 43		36	↓ 30		56	↓ 26		76	↓ 63
	17	↓ 11		37	↑ 91		57	↑ 76		77	↑ 131
	18	= 16		38	↑ 103		58	= 60		78	↑ 198
	19	= 19		39	↑ 83		59	= 62		79	↑ 86
	20	↑ 47		40	= 39		60	↑ 119		80	↓ 51

# Ranking global 2024 – Segundo Semestre - Marca 81 a Marca 160

Trofeo	Ranking 2024-II	Logo	Tendencia	Ranking 2024-I
	81	cooperativa	↑	100
	82	falcp	↑	102
	83	VISA	↓	36
	84	Chile Visión	↓	71
	85	IDEAL	↑	93
	86	Microsoft	↓	81
	87	M	↑	98
	88	Caja Vecina	↓	53
	89	Cruz Verde	↓	59
	90	Santa Isabel	↓	35
	91	REDSALUD	↓	37
	92	La Crianza	↑	118
	93	McDonald's	↑	120
	94	Biz Papá	↑	107
	95	TVN	↓	72
	96	SQM	↑	101
	97	McKAY	↓	82
	98	KIA	↑	215
	99	Parque Arauco	↑	136
	100	cenco	↑	122

Trofeo	Ranking 2024-II	Logo	Tendencia	Ranking 2024-I
	101	Costa	↑	110
	102	WOM	=	99
	103	del Valle	↑	115
	104	Miolo	↓	79
	105	achs	↑	171
	106	ANTOFAGASTA MINERALS	↑	127
	107	PEPSI	=	108
	108	UNIMARC	↓	55
	109	Clinica Alemana	↑	114
	110	kunstmann	↑	134
	111	HYUNDAI	↑	204
	112	easy	↑	128
	113	GAM	-	-
	114	L'ORÉAL PARIS	↑	144
	115	Blue express	↑	199
	116	CMR Falabella	↓	85
	117	PF	↑	159
	118	gourmet	↑	125
	119	Banco Falabella	↓	106
	120	24 HORAS	↓	109

Trofeo	Ranking 2024-II	Logo	Tendencia	Ranking 2024-I
	121	TESLA	-	-
	122	starcken	↑	156
	123	RIPLEY	↑	148
	124	gasco	↑	133
	125	Shell	↑	143
	126	ADN	↑	145
	127	NISSAN	↑	225
	128	Cuisine & Co	-	-
	129	LATERCERA	↑	139
	130	FANTASILANDIA	↑	182
	131	COLLAHUASI	↑	203
	132	La Preferida	↓	167
	133	LG	↓	87
	134	sb	↓	104
	135	TOTTUS	↓	74
	136	preunic	↓	96
	137	EL MERCURIO	=	137
	138	mastercard	↓	49
	139	SONY	↓	129
	140	NIDO	↓	94

Trofeo	Ranking 2024-II	Logo	Tendencia	Ranking 2024-I
	141	Unilever	↑	187
	142	Casillero del Diablo	↑	154
	143	IntegraMédica	↓	44
	144	Mazda	↑	243
	145	AngloAmerican	↑	166
	146	CHEVROLET	↑	231
	147	TELE13 RADIO 103.3FM	↓	138
	148	VINAES	↑	179
	149	Dávila	-	-
	150	CNI CHILE	↑	163
	151	SUZUKI	↑	236
	152	Super Cerdo	=	149
	153	LONCO LECHE	↓	105
	154	KFC	-	-
	155	maicao	↓	130
	156	SUBARU	-	-
	157	Colbun	↑	192
	158	PAPA JOHNS	↓	132
	159	PedidosYa	↓	112
	160	MUTUAL de seguridad	↑	185

# Ranking global 2024 – Segundo Semestre - Marca 161 a Marca 240


Trofeo	Ranking 2024-II		Ranking 2024-I
	161	cmpc	153
	162	Heineken	172
	163	TOP	195
	164	San Jorge	161
	165	LOS HEROES	194
	166	COOPEUCH	168
	167	arauco	208
	168	prime	146
	169	Castaño	158
	170	cenco Alto Las Condes	180
	171	MetLife	256
	172	VIRUTEX	113
	173	H&M	152
	174	Uber Eats	150
	175	Clínica Santa María	-
	176	INDISA	-
	177	Lalapazca	186
	178	Somacal	184
	179	agricultura	155
	180	PAG	58






















Trofeo	Ranking 2024-II		Ranking 2024-I
	181	efe	117
	182	Casaideas	169
	183	cenco Florida	196
	184	Starbucks	165
	185	ahumada	140
	186	IKEA	176
	187	TEMU	151
	188	Brésler	181
	189	BURGER KING	173
	190	patagonia	-
	191	Bci	157
	192	Bci Seguros	254
	193	Corona	190
	194	mi	175
	195	SUBWAY	-
	196	aCuenta	126
	197	Bupa Clínica Santiago	-
	198	PARQUE DEL RECUERDO	191
	199	Gato Chileno	216
	200	MITSUBISHI MOTORS	-






















Trofeo	Ranking 2024-II		Ranking 2024-I
	201	KidZania	-
	202	BR	188
	203	CLÍNICA LAS CONDES	164
	204	HUAWEI	174
	205	Mistral	207
	206	CRISTAL	209
	207	Claro	300
	208	ROYAL GUARD	197
	209	surlat	123
	210	Lysol	178
	211	cenco malls	261
	212	AliExpress	121
	213	SIY	189
	214	UNDER ARMOUR	250
	215	amazon	142
	216	Ariztia	200
	217	FLORES	221
	218	metrogas	206
	219	DF	183
	220	MUT	-












Trofeo	Ranking 2024-II		Ranking 2024-I
	221	ALTO-CARMEN	224
	222		299
	223	Las Últimas Noticias	240
	224	DIRECTV	226
	225	MALLS & OUTLETS VIVO	219
	226	SHEIN	170
	227	La Araucana	201
	228	JUAN MAESTRO	-
	229	MD	266
	230	DiDi	218
	231	INTIME	222
	232	DERCO	229
	233	CSAV	246
	234	itau	220
	235	Scotiabank	238
	236	Domino's	205
	237	SUPERMERCADO MAYORISTA	147
	238	NotCo	262
	239	ZARA	213
	240	Doggis	-

# Ranking global 2024 – Segundo Semestre - Marca 241 a Marca 310

 Ranking 2024-II		Ranking 2024-I
241		↑ 274
242		↓ 193
243		↓ 233
244		↓ 214
245		↑ 271
246		↓ 241
247		↑ 252
248		↓ 212
249		↑ 265
250		↑ 283
251		↓ 217
252		↑ 257
253		-
254		↓ 210
255		230
256		↓ 237
257		↓ 232
258		↓ 244
259		248
260		↓ 268

 Ranking 2024-II		Ranking 2024-I
261		↓ 228
262		↓ 202
263		↓ 162
264		↑ 269
265		= 263
266		↓ 251
267		↑ 273
268		↓ 234
269		↓ 245
270		↑ 275
271		↓ 247
272		-
273		↓ 267
274		↑ 282
275		↓ 248
276		↓ 235
277		↓ 253
278		-
279		↑ 286
280		= 278

 Ranking 2024-II		Ranking 2024-I
281		↓ 223
282		↓ 259
283		↑ 289
284		↓ 239
285		↓ 242
286		↓ 272
287		↓ 279
288		↓ 45
289		↓ 258
290		↓ 277
291		-
292		↓ 255
293		↓ 288
294		-
295		↓ 260
296		↓ 270
297		-
298		↓ 280
299		↓ 285
300		↓ 284

 Ranking 2024-II		Ranking 2024-I
301		↓ 287
302		↓ 291
303		↓ 276
304		↓ 292
305		↓ 293
306		↓ 295
307		↓ 296
308		↓ 298
309		↓ 297
310		↓ 294

# Marcas Ciudadanas 2024 – II: Salen, se mantienen y entran



Marcas que salen



Marcas que se mantienen



Marcas que entran




































# Ganadores por categoría

AFPs	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	Courier	Cuentas	Cuidado e higiene personal	Entretención infantil/familiar	Estaciones de servicio	Farmacias	
							
Higiene del hogar	Industria	Lácteos	Líneas aéreas	Marcas corporativas	Radios y diarios	Medios de pago	
							
Pago electrónico	Plataformas de ventas online	Mejoramiento del hogar	Servicios básicos	Sistema de salud	Supermercados	Tecnología	
							
Telecomunicaciones	Televisión paga y streaming	Tiendas de conveniencia	Transporte	Vestuario	Perfumería	Multitienda	Canal de TV
							



# Principales alzas en el ranking 2024 - II

 Ranking 2024 -II		Alza		 Ranking 2024 -II		Alza		 Ranking 2024 -II		Alza	
78	120		TOYOTA	222	77		COLLAHUASI	211	50		cenco <sup>malls</sup>
98	117		KIA	131	72		COLLAHUASI	141	46		Unilever
144	99		MAZDA	105	66		achs	71	45		CAJA LOS ANDES
127	98		NISSAN	38	65		NIKE	39	44		mallplaza
111	93		HYUNDAI	31	64		natura	53	44		Santander
207	93		Claro	192	62		Bci Seguros	47	42		Nestle Savory
146	85		CHEVROLET	60	59		Disney+	117	42		PF
151	85		SUZUKI	77	54		PUMA	167	41		arauco
171	85		MetLife	37	53		PRONTO COPAC	72	39		movistar arena
115	84		Blue express COPAC	130	52		FANTASIANDIA	99	37		ParqueArauco Mucho más que comprar

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

# Presencia Positiva – Top 30









































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 que no son ciudadanas a nivel total

# Ranking Presencia 2024 – Segundo Semestre - TOP 80 Marcas

 Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I
1		= 2
2		= 1
3		↑ 30
4		↑ 18
5		= 3
6		= 7
7		↑ 19
8		= 5
9		= 10
10		↓ 4
11		= 12
12		↑ 26
13		↑ 29
14		↓ 9
15		↑ 21
16		= 15
17		= 13
18		↑ 23
19		↓ 11
20		↓ 14

 Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I
21		↑ 55
22		↓ 17
23		= 24
24		= 27
25		= 25
26		↑ 37
27		↓ 22
28		↓ 8
29		↑ 43
30		↑ 65
31		↑ 39
32		↓ 6
33		↑ 61
34		↓ 20
35		↑ 92
36		= 33
37		↑ 53
38		↓ 28
39		↑ 126
40		↓ 35

 Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I
41		↑ 77
42		= 42
43		= 47
44		↓ 15
45		= 49
46		↓ 40
47		↑ 63
48		= 48
49		↓ 30
50		↓ 38
51		↑ 135
52		= 51
53		↓ 46
54		↑ 76
55		↑ 72
56		↑ 71
57		= 54
58		↑ 82
59		-
60		↓ 50

 Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I
61		↑ 78
62		↓ 32
63		↓ 55
64		↓ 51
65		↓ 41
66		↓ 34
67		↑ 136
68		↓ 36
69		↑ 85
70		= 68
71		↓ 44
72		= 74
73		↓ 58
74		↓ 68
75		↓ 59
76		= 75
77		↑ 84
78		↑ 108
79		= 81
80		↑ 183

# Ranking Presencia 2024 – Segundo Semestre – Marca 81 a Marca 160


































































































































































Trofeo	Ranking 2024 -II	Ranking 2024-I
	81	-
	82	87
	83	63
	84	66
	85	-
	86	86
	87	70
	88	73
	89	89
	90	57
	91	87
	92	101
	93	97
	94	113
	95	127
	96	123
	97	104
	98	60
	99	61
	100	114

Trofeo	Ranking 2024 -II	Ranking 2024-I
	101	130
	102	98
	103	134
	104	107
	105	80
	106	83
	107	111
	108	91
	109	116
	110	93
	111	148
	112	-
	113	94
	114	172
	115	152
	116	96
	117	125
	118	139
	119	124
	120	44







































































Trofeo	Ranking 2024 -II	Ranking 2024-I
	121	115
	122	129
	123	300
	124	79
	125	109
	126	119
	127	132
	128	128
	129	117
	130	90
	131	146
	132	149
	133	154
	134	137
	135	151
	136	167
	137	171
	138	121
	139	142
	140	98

Trofeo	Ranking 2024 -II	Ranking 2024-I
	141	143
	142	153
	143	165
	144	110
	145	161
	146	299
	147	-
	148	134
	149	229
	150	155
	151	163
	152	158
	153	169
	154	187
	155	176
	156	210
	157	-
	158	206
	159	188
	160	184

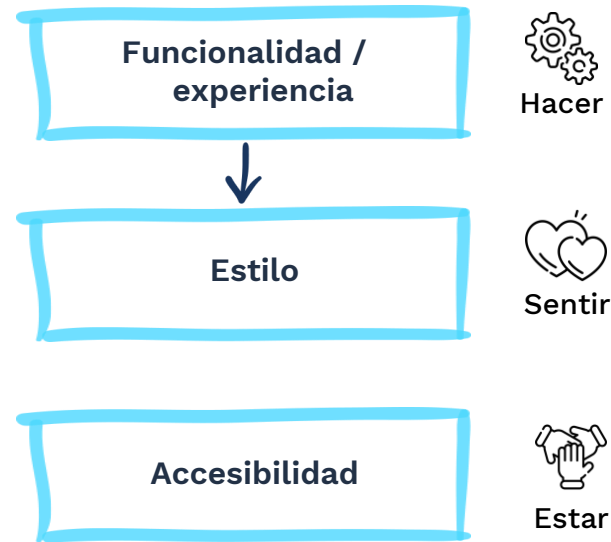
# Ranking Presencia 2024 – Segundo Semestre – Marca 161 a Marca 240

 Ranking 2024 -II		 Ranking 2024-I		 Ranking 2024 -II		 Ranking 2024-I		 Ranking 2024 -II		 Ranking 2024-I		 Ranking 2024 -II		 Ranking 2024-I	
161			150	181			178	201			170	221			202
162			198	182			106	202			195	222			223
163			251	183			201	203			159	223			257
164			156	184			173	204			243	224			233
165			221	185			194	205			144	225			265
166			141	186			-	206			-	226			237
167			190	187			205	207			168	227			213
168			102	188			190	208			254	228			209
169			203	189			162	209			140	229			218
170			131	190			214	210			234	230			216
171			-	191			157	211			207	231			223
172			-	192			186	212			-	232			242
173			180	193			145	213			228	233			216
174			204	194			122	214			222	234			219
175			174	195			138	215			182	235			189
176			197	196			-	216			235	236			264
177			238	197			193	217			240	237			272
178			177	198			-	218			211	238			253
179			261	199			200	219			250	239			227
180			164	200			199	220			166	240			160

# Ranking Presencia 2024 – Segundo Semestre – Marca 241 a Marca 310

 Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I	 Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I	 Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I	 Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I
241		↓ 196	261		↓ 247	281		↓ 275	301		↓ 288
242		-	262		-	282		↓ 262	302		↓ 291
243		↑ 255	263		↓ 245	283		↓ 272	303		↓ 292
244		↓ 239	264		↓ 259	284		↓ 266	304		↓ 293
245		↓ 215	265		↓ 230	285		-	305		↓ 67
246		↓ 192	266		↓ 246	286		↓ 274	306		↓ 295
247		= 244	267		↓ 175	287		↓ 267	307		↓ 294
248		= 249	268		= 268	288		↓ 282	308		↓ 297
249		-	269		↑ 278	289		= 289	309		↓ 298
250		= 252	270		↓ 185	290		↓ 281	310		↓ 296
251		↑ 256	271		-	291		↓ 271			
252		↓ 208	272		↓ 263	292		-			
253		-	273		↓ 248	293		↓ 287			
254		-	274		↓ 260	294		= 290			
255		↓ 231	275		↓ 223	295		-			
256		↓ 220	276		↓ 258	296		↓ 284			
257		↓ 236	277		= 277	297		↓ 286			
258		↓ 212	278		= 276	298		-			
259		↓ 241	279		↓ 270	299		↓ 279			
260		↓ 223	280		-	300		↓ 280			

# Modelo Marcas Ciudadanas



# Relevancia – Top 30



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 que no son ciudadanas a nivel total



# Ranking Relevancia 2024 – Segundo Semestre - TOP 80 Marcas

Trofeo	Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I	Trofeo	Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I	Trofeo	Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I	Trofeo	Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I
	1		= 1		21		↓ 12		41		↓ 16		61		↓ 43
	2		↑ 20		22		= 23		42		= 38		62		↓ 49
	3		= 7		23		↑ 41		43		↓ 30		63	<b>SONY</b>	= 66
	4		↑ 21		24		= 25		44	<b>kunstmann</b>	= 46		64		↓ 28
	4	<b>SAMSUNG</b>	= 3		24		↑ 31		45		= 48		65		↑ 106
	6		= 2		26		↓ 13		46		↓ 39		66		↑ 82
	7		↑ 17		27		↓ 22		47	<b>VISA</b>	↓ 24		67		= 64
	7		= 4		28		= 26		48		↓ 27		68		↓ 63
	9		= 11		29		↑ 44		49		↓ 33		69	<b>KIA</b>	↑ 197
	10	<b>NETFLIX</b>	↑ 15		30		↑ 72		50		↑ 186		70		↑ 111
	11		= 8		30		↑ 79		51		↑ 69		71		↑ 114
	12		↑ 57		32		↑ 40		52		↑ 67		72		-
	13		= 9		33		↑ 90		53		↑ 61		73		↑ 81
	14		↓ 5		34		↓ 19		54		↓ 6		74		↓ 56
	15		-		35		↑ 58		55		↓ 50		75		↑ 185
	16		↑ 29		36		↑ 55		56		↑ 93		76		= 76
	17	<b>NESCAFÉ</b>	= 14		37		↑ 105		57		= 60		77		↓ 53
	17		↓ 10		38		↑ 54		58		↓ 51		78		↓ 47
	19	<b>COPEC</b>	= 18		38		↑ 45		59		↓ 34		79		↑ 210
	20		↑ 32		40		↑ 158		60		↑ 68		80		↑ 110

# Ranking Relevancia 2024 – Segundo Semestre – Marca 81 a Marca 160

Trofeo	Ranking 2024 -II	Ranking 2024-I	Trofeo	Ranking 2024 -II	Ranking 2024-I	Trofeo	Ranking 2024 -II	Ranking 2024-I	Trofeo	Ranking 2024 -II	Ranking 2024-I
	81	88		101	87		121	156		141	116
	82	62		102	97		122	117		142	91
	83	98		103	145		123	182		143	119
	84	83		104	78		124	-		144	70
	85	59		105	143		125	-		145	167
	86	147		106	122		126	115		146	184
	87	224		107	89		127	213		147	-
	88	104		108	75		128	112		148	129
	89	42		109	95		129	146		149	168
	90	107		110	73		130	127		150	-
	91	126		111	108		131	77		151	152
	92	85		112	-		132	124		152	131
	93	96		113	86		133	150		153	138
	94	52		114	84		134	100		154	-
	95	102		115	157		135	141		155	113
	96	120		116	226		136	140		156	181
	97	65		117	-		137	170		157	173
	98	35		118	103		138	-		158	155
	99	123		119	-		139	128		159	109
	100	71		120	134		140	92		160	142

# Ranking Relevancia 2024 – Segundo Semestre – Marca 161 a Marca 240











































































Trofeo	Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I
	161		↓ 154
	162		↓ 151
	163		↑ 270
	164		= 164
	165		↓ 159
	166		↓ 121
	167		↓ 130
	168		= 171
	169		-
	170		↓ 132
	171		↓ 162
	172		= 174
	173		↑ 179
	174		↓ 149
	175		↓ 118
	176		= 177
	177		↓ 136
	178		↓ 163
	179		↓ 133
	180		↓ 125

Trofeo	Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I
	181		↓ 148
	182		↓ 176
	183		↑ 195
	184		↑ 221
	185		↓ 169
	186		↑ 202
	187		↑ 198
	188		↓ 161
	189		↓ 153
	190		-
	191		↓ 139
	192		↓ 144
	193		↓ 135
	194		↓ 187
	195		-
	196		↓ 166
	197		↑ 209
	198		↑ 212
	199		↑ 205
	200		↑ 214

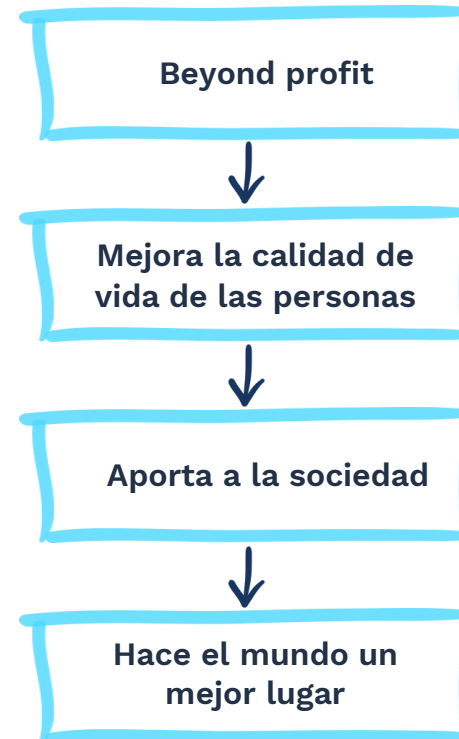
Trofeo	Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I
	201		↓ 165
	202		↓ 196
	203		↑ 211
	204		↑ 251
	205		-
	206		↓ 193
	207		= 203
	208		= 208
	209		↓ 188
	210		-
	211		↑ 218
	212		↓ 180
	213		↓ 199
	214		↑ 219
	215		↓ 194
	216		↑ 222
	217		↑ 225
	218		↑ 227
	219		-
	220		↓ 189

Trofeo	Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I
	221		↓ 192
	222		↑ 252
	223		↑ 277
	224		↑ 271
	225		-
	226		↓ 191
	227		↓ 220
	228		-
	229		↓ 207
	230		↓ 172
	231		-
	232		↑ 254
	233		= 229
	234		↓ 200
	235		↓ 190
	236		↓ 175
	237		↓ 183
	238		↑ 256
	239		= 236
	240		↓ 233

# Ranking Relevancia 2024 – Segundo Semestre – Marca 241 a Marca 310

 Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I	 Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I	 Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I	 Ranking 2024 -II		Ranking 2024-I
241		↓ 206	261		↓ 247	281		= 282	301		= 297
242		↓ 223	261		↓ 246	282		↓ 273	302		↓ 283
243		= 239	263		↓ 232	283		↓ 272	303		↓ 294
244		↓ 204	264		= 265	284		↓ 267	304		↓ 284
245		-	265		↓ 216	285		↓ 249	305		↓ 295
246		= 248	266		↑ 271	286		↓ 245	306		↓ 290
247		↓ 201	267		↓ 230	287		= 291	307		↓ 298
248		↓ 242	268		↓ 256	288		= 292	308		↓ 296
248		↓ 238	269		↓ 264	289		↓ 278	309		↓ 299
250		↑ 257	270		↓ 231	290		-	310		↓ 300
251		↑ 263	271		↓ 243	291		-			
252		↓ 228	272		↓ 260	292		= 293			
253		↓ 237	273		↓ 253	293		↓ 280			
254		↑ 276	274		↓ 250	294		↓ 255			
255		↓ 241	275		-	295		↓ 258			
256		↑ 281	276		↓ 261	296		↓ 279			
257		↓ 234	277		= 275	297		↓ 286			
258		↓ 235	278		↓ 244	298		↓ 287			
259		↓ 240	279		↓ 274	299		↓ 262			
260		↑ 268	280		↓ 266	300		↓ 288			

# Modelo Marcas Ciudadanas














































































# Aporte – Top 30



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 que no son ciudadanas a nivel total

# Ranking Aporte 2024 – Segundo Semestre - TOP 80 Marcas

 Ranking 2024-II	Aporte 2024-I	 Ranking 2024-II	Aporte 2024-I	 Ranking 2024-II	Aporte 2024-I	 Ranking 2024-II	Aporte 2024-I
1	 23	21	 18	41	 85	61	 69
2	 1	22	 90	42	 73	62	 68
3	 43	23	 113	43	 33	63	 65
4	 2	24	 55	44	 6	64	 139
5	 3	25	 12	45	 79	65	 22
6	 24	26	 47	46	 75	66	 107
7	 7	27	 78	47	 42	67	 91
8	 4	28	 30	48	 35	68	 134
9	 50	29	 19	49	 40	69	 145
10	 133	30	 80	50	 57	70	 36
11	 10	31	 28	51	 58	71	 81
12	 15	32	 49	52	 41	72	 99
13	 20	33	 170	53	 11	73	 92
14	 102	34	 16	54	 87	74	 -
15	 31	35	 9	55	 59	75	 44
16	 17	36	 -	56	 52	76	 62
17	 27	37	 39	57	 109	77	 117
18	 70	38	 8	58	 61	78	 46
19	 13	39	 32	59	 116	79	 77
20	 5	40	 76	60	 22	80	 103

# Ranking Aporte 2024 – Segundo Semestre - Marca 81 a Marca 160






















Ranking 2024-II	Aporte 2024-I	Ranking 2024-II	Aporte 2024-I	Ranking 2024-II	Aporte 2024-I	Ranking 2024-II	Aporte 2024-I
81	↑ 104	101	↑ 157	121	↑ 158	141	↑ 168
82	↓ 34	102	↑ 108	122	↑ 164	142	↑ 221
83	↑ 105	103	↑ 120	123	↑ 143	143	↑ 267
84	↑ 239	104	↑ 286	124	↓ 26	144	↓ 21
85	↑ 101	105	-	125	↓ 93	145	= 147
86	↓ 37	106	↑ 136	126	↑ 137	146	= 149
87	↑ 138	107	↑ 131	127	↓ 74	147	↓ 141
88	↑ 118	108	↑ 222	128	↑ 260	148	↑ 174
89	↓ 72	109	↑ 125	129	↑ 135	149	↓ 110
90	↑ 161	110	↓ 51	130	↑ 176	150	↓ 144
91	= 194	111	↓ 56	131	↑ 172	151	= 148
92	= 196	112	↑ 231	132	↓ 25	152	= 154
93	↑ 155	113	= 112	133	↑ 183	153	= 151
94	↑ 111	114	↓ 89	134	↓ 54	154	↑ 165
95	↓ 63	115	↑ 123	135	↑ 175	155	↑ 177
96	↓ 14	116	↑ 140	136	-	156	↓ 53
97	↑ 126	117	↓ 66	137	↑ 247	157	↑ 279
98	↑ 156	118	↓ 83	138	↓ 127	158	↓ 97
99	↑ 119	119	-	139	↓ 84	159	↓ 146
100	↑ 153	120	↑ 129	140	↓ 60	160	↑ 211











































# Ranking Aporte 2024 – Segundo Semestre– Marca 161 a Marca 240



Ranking 2024-II	Aporte 2024-I	Ranking 2024-II	Aporte 2024-I	Ranking 2024-II	Aporte 2024-I	Ranking 2024-II	Aporte 2024-I
161	201	181	291	201	167	221	235
162	64	182	132	202	259	222	264
163	180	183	86	203	159	223	203
164	48	184	208	204	169	224	122
165	227	185	276	205	82	225	98
166	212	186	-	206	186	226	230
167	207	187	213	207	224	227	280
168	189	188	191	208	-	228	124
169	223	189	88	209	38	229	204
170	248	190	128	210	-	230	160
171	232	191	205	211	298	231	237
172	188	192	217	212	182	232	178
173	-	193	45	213	238	233	251
174	-	194	214	214	198	234	210
175	-	195	106	215	202	235	162
176	292	196	-	216	114	236	287
177	115	197	-	217	268	237	285
178	200	198	218	218	-	238	67
179	190	199	209	219	199	239	281
180	-	200	171	220	166	240	226


# Ranking Aporte 2024 – Segundo Semestre– Marca 241 a Marca 310

 Ranking 2024-II		Ranking 2024-I
241		= 243
242		↑ 282
243		↓ 220
244		↑ 265
245		↓ 216
246		-
247		-
248		↓ 95
249		-
250		↑ 300
251		↓ 150
252		= 255
253		= 254
254		↑ 289
255		↓ 250
256		↑ 263
257		↓ 242
258		↓ 234
259		↑ 290
260		↓ 197

Ranking 2024-II		Ranking 2024-I
261		↑ 278
262		↓ 194
263		↓ 229
264		↓ 219
265		↓ 100
266		↑ 294
267		↓ 244
268		↓ 257
269		= 270
270		-
271		-
272		-
273		↓ 196
274		↓ 233
275		↓ 228
276		↓ 215
277		↓ 266
278		↓ 273
279		↓ 240
280		↓ 187

 Ranking 2024-II		Ranking 2024-I
281		↓ 271
282		↓ 245
283		↓ 261
284		↓ 249
285		= 283
286		↓ 142
287		↓ 225
288		↓ 241
289		↓ 193
290		↓ 163
291		↓ 253
292		↓ 181
293		↓ 256
294		= 296
295		↓ 236
296		↓ 252
297		↓ 284
298		↓ 274
299		↓ 275
300		

Ranking 2024-II		Ranking 2024-I
301		-
302		↓ 269
303		↓ 206
304		↓ 246
305		↓ 272
306		-
307		↓ 297
308		↓ 295
309		↓ 288
310		↓ 277



**Marcas  
Ciudadanas en  
segmento  
líderes  
empresariales**

## Metodología

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

A diferencia de las versiones anteriores, este estudio considera para cada una de las preguntas alternativas dadas.

Las alternativas fueron seleccionadas en base a los resultados anteriores y las opiniones de un comité especial compuesto por Cadem, Deloitte y DF.



### **Segundo semestre**

(Campo 4 al 12 de noviembre de 2024 )

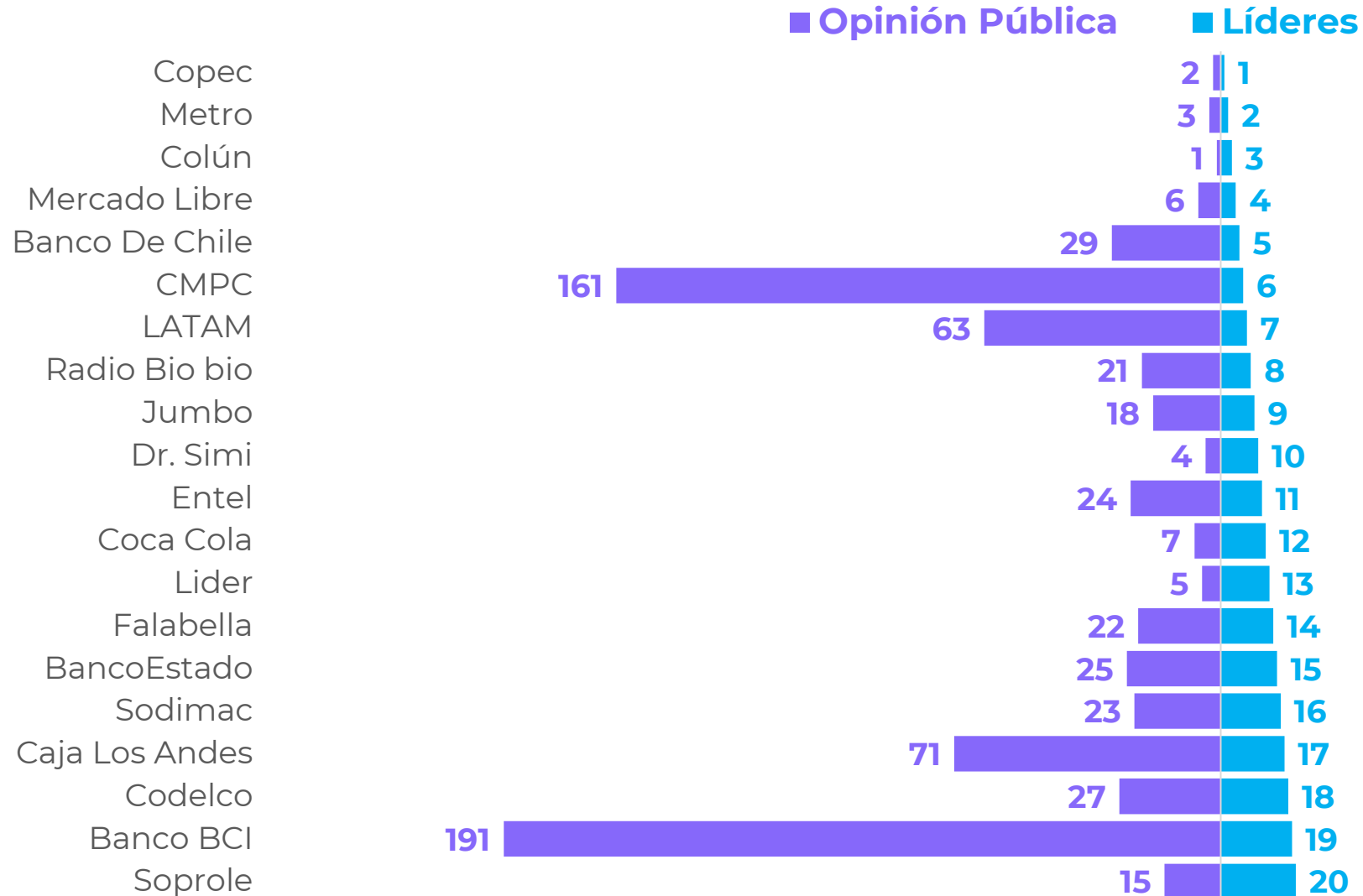
**casos totales 400**

# Marcas Ciudadanas 2024 – Segundo Semestre - Líderes



1.		11.	
2.		12.	
3.		13.	
4.		14.	
5.		15.	
6.		16.	
7.		17.	
8.		18.	
9.		19.	
10.		20.	

# Marcas Ciudadanas 2024 – Segundo Semestre – Opinión pública vs Líderes



# Publicidad Memorable – Top 20



1.	<b>WOM</b>	11.	<b>cmpc.</b>
2.	<b>COLUN</b>	12.	<b>CRISTAL</b>
3.	<i>Coca-Cola</i>	13.	<b>Santander</b>
4.	<b>mercado libre</b>	14.	<b>JUMBO</b>
5.	<b>e</b>	15.	<b>BancoEstado</b>
6.	<b>Banco de Chile</b>	16.	<b>Bci</b>
7.	<b>COPEC</b>	17.	<b>UNIMARC</b>
8.	<b>Lipigas.</b>	18.	<b>Soprole</b>
9.	<b>SQM</b> Solutions for human progress	19.	<b>SODIMAC</b>
10.	<b>f.</b>	20.	<b>Bitz Pap</b>

# Mejor Experiencia – Top 20



1.		11.	
2.		12.	
3.		13.	
4.		14.	
5.		15.	
6.		16.	
7.		17.	
8.		18.	
9.		19.	
10.		20.	



# Capacidad innovadora – Top 20



1.		11.	
2.		12.	
3.		13.	
4.		14.	
5.		15.	
6.		16.	
7.		17.	
8.		18.	
9.		19.	
10.		20.	

# Buen lugar para trabajar – Top 20



I.	 ANTOFAGASTA MINERALS	II.	 CAJA LOS ANDES
2.	 Bci	12.	 Nestlé
3.	 COPEC	13.	 Coca-Cola
4.	 BHP	14.	 Santander
5.	 AngloAmerican	15.	 COOPEUCH
6.	 Banco de Chile	16.	 JUMBO
7.	 mercado libre	17.	 LATAM AIRLINES
8.	 COLUN	18.	 CCU
9.	 cmpc.	19.	 e
10.	 CODELCO	20.	 cencosud

# Apoya causas sociales – Top 20



1.		11.	
2.		12.	
3.		13.	
4.		14.	
5.		15.	
6.		16.	
7.		17.	
8.		18.	
9.		19.	
10.		20.	

# Apoya artes, cultura, música, deporte – Top 20



1.		11.	
2.		12.	
3.		13.	
4.		14.	
5.		15.	
6.		16.	
7.		17.	
8.		18.	
9.		19.	
10.		20.	

# Preocupada por el medio ambiente – Top 20



1.		11.	
2.		12.	
3.		13.	
4.		14.	
5.		15.	
6.		16.	
7.		17.	
8.		18.	
9.		19.	
10.		20.	

# Buen Gobierno Corporativo – Top 20



1.	QUIÑENCO S.A.	11.	Colbun <small>Transforma Impulsa Crecer</small>
2.	Banco de Chile	12.	
3.	COPEC	13.	
4.	cmpec	14.	BHP
5.	Bci	15.	SQM <small>Solutions for human progress</small>
6.	LATAM AIRLINES	16.	mercado libre
7.	ANTOFAGASTA MINERALS	17.	achs
8.	Santander	18.	ParqueArauco <small>Mucho más que comprar</small>
9.	METRO DE SANTIAGO	19.	cencosud
10.	CCU	20.	CODELCO

# Solidez Financiera – Top 20



1.		11.	
2.		12.	
3.		13.	
4.		14.	
5.		15.	
6.		16.	
7.		17.	
8.		18.	
9.		19.	
10.		20.	

# Empresas Emergentes - TOP 20



1.		11.	
2.		12.	Uber
3.		13.	Algramo
4.		14.	
5.		15.	
6.		16.	
7.		17.	
8.		18.	
9.		19.	
10.		20.	



# Ejecutivas destacadas por impulsar empresas / marcas ciudadanas



1. **Alejandra Mustakis**  
(Medular, Kauel, If, 1ko)
2. **Rosario Navarro**  
(Sofofa)
3. **Paulina Yazigi**  
(Asociación AFP)
4. **Paola Luksic**  
(Quiñenco)
5. **Sandra Guazzotti**  
(Banco de Chile)
6. **Amparo Cornejo**  
(Teck)
7. **María Teresa Vial**  
(CCS)
8. **Maia Hojman**  
(Banco Falabella)
9. **Gloria Maldonado**  
(ENAP)
10. **María Teresa González**  
(Statkraft Chile)



# Ejecutivos destacados por impulsar empresas / marcas ciudadanas



1. **Luis Felipe Gazitúa**  
(CMPC)
2. **Alan Meyer**  
(Mercado Libre)
3. **Matías Muchnick**  
(Notco)
4. **Francisco Ruiz-Tagle**  
(CMPC)
5. **Holger Paulmann**  
(SKY Airline)
6. **Roberto Alvo**  
(Latam Airlines)
7. **Francisco Pérez Mackenna**  
(Quiñenco)
8. **Patricio Jottar**  
(CCU)
9. **Rodrigo Silva**  
(Coopeuch)
10. **Eduardo Navarro**  
(Copec)
11. **Eduardo Ebersperger**  
(Banco de Chile)
12. **Iván Arriagada**  
(Antofagasta Minerals)



# Mejores Gerente de Finanzas 2024



1. **Ramiro Alfonsin**  
(LATAM)
2. **Rodrigo Huidobro**  
(Empresas Copec)
3. **Martin De Los Santos**  
(Mercado Libre)
4. **Andrés Wainer**  
(Coca-Cola Andina)
5. **Juan Pablo Latorre**  
(Sky Airline)
6. **Veronika Holtz**  
(Komatsu)
7. **Miguel Alarcón**  
(Colbún)
8. **Marcelo Bermúdez**  
(Entel)
9. **Óscar Ramirez**  
(Tecnofast)
10. **José Luis Sánchez**  
(Salfa Corp)



# Mejores Gerentes de Marketing 2024



1. **María Beatriz Parodi**  
(Banco de Chile)
2. **Catalina Gerstle**  
(Mercado Libre)
3. **Pamela Fontecilla**  
(Colun)
4. **Romina Galatzan**  
(Entel)
5. **Sebastián Precht**  
(Walmart)
6. **Gloria Ledermann**  
(Copec)
7. **Nicole Sansone**  
(Softys)
8. **Rodrigo Sahr**  
(Cencosud)
9. **Rafael Lipari**  
(Caja Los Andes)
10. **Rodrigo Cubillos**  
(Soprole)



# Mejores Gerentes de Asuntos Corporativos 2024



1. **Paulina del Campo**  
(Metro)
2. **Guillermo Turner**  
(CMPC)
3. **Bernardita Mazo**  
(Mercado Libre)
4. **Charles Kimber**  
(Arauco)
5. **Daniela Ruitort**  
(Walmart)
6. **Juan Pablo Schaeffer**  
(Angloamerican)
7. **Fernando Larraín**  
(Santander)
8. **Juan José Tohá**  
(LATAM)
9. **René Aguilar**  
(Grupo Antofagasta Minerals)
10. **Bárbara Wolff**  
(CCU)



# MARCAS CIUDADANAS

Sin miedo: Más branding menos performance

Segundo semestre 2024

