

XVI VERSIÓN | PRIMER SEMESTRE 2025

CONVICCIÓN



EL DESAFÍO DE
CONSTRUIR
MARCAS
CIUDADANAS

¿Qué significa ser una **MARCA CIUDADANA?**

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

Primer semestre 2025

Encuesta auto administrada enviada vía mail a panelistas de Cadem Online a mayores de **18 años**, de todo **Chile**, pertenecientes a los **niveles socioeconómicos C1, C2 ,C3 y D.**

15.000

Casos totales

Campo realizado entre 4 y el 21 de abril de 2025

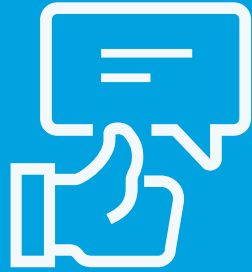
600

Encuestados por marca en esta medición

[illegible]

MODELO

MARCAS CIUDADANAS



**Presencia
positiva**

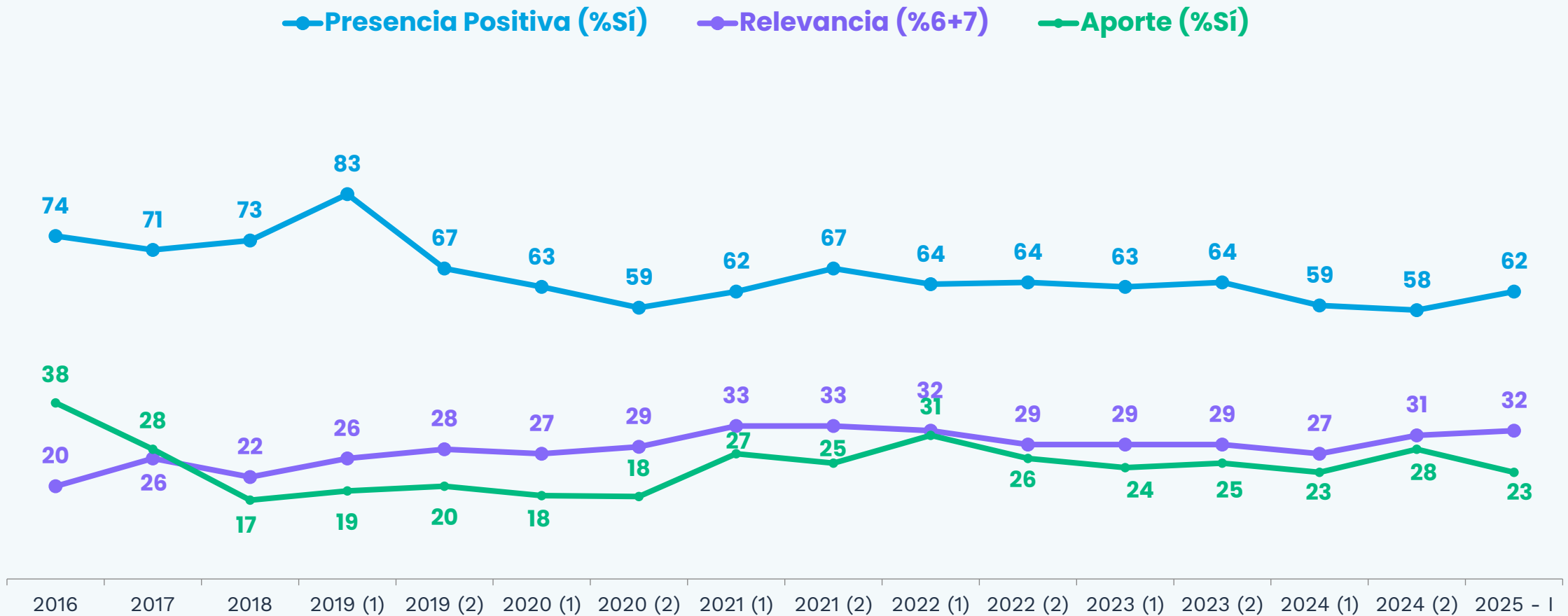


Relevancia

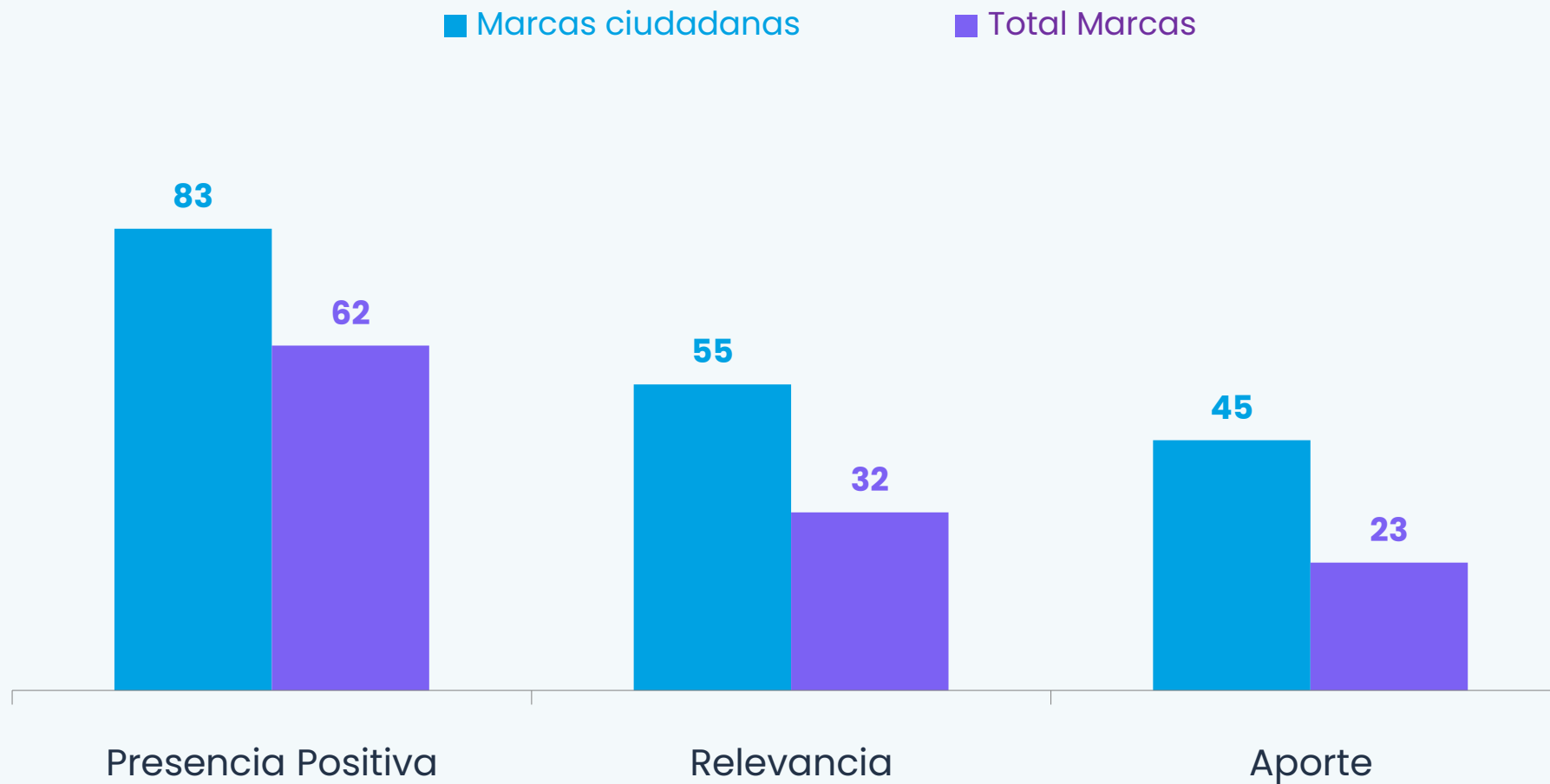


Aporte

Evolutivo Total Marcas



Resumen de dimensiones **Marcas Ciudadanas 2025 – I**



Ranking de **MARCAS CIUDADANAS** 2025-1

Son **35 marcas que destacan del resto.**

Desde su propósito logran *hacerse visibles*

Marcas Ciudadanas 2025 – Primer Semestre

1		9		17		25		33	
2		10		18		26		34	
3		11		19		27		35	
4		12		20		28			
5		13		21		29			
6		14		22		30			
7		15		23		31			
8		16		24		32			

Ranking global 2025 – Primer Semestre – TOP 80 Marcas

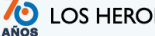
 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II	 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II	 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II	 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
1		↑ 16	21		= 22	41		-	61		= 58
2		= 1	22		= 24	42		= 41	62		↓ 47
3		↑ 8	23		↑ 34	43		↑ 72	63		↓ 53
4		= 4	24		↓ 10	44		↑ 86	64		= 67
5		= 2	25		↑ 43	45		↑ 89	65		-
6		↑ 20	26		= 30	46		= 50	66		= 63
7		= 5	27		↓ 23	47		↑ 70	67		↓ 59
8		↑ 27	28		= 25	48		↓ 35	68		↑ 130
9		↑ 21	29		= 26	49		↑ 80	69		= 73
10		= 6	30		↓ 19	50		↑ 56	70		↑ 177
11		↑ 17	31		= 32	51		↑ 134	71		= 68
12		= 12	32		↓ 14	52		↓ 44	72		↑ 90
13		↓ 3	33		= 37	53		↑ 83	73		↑ 104
14		= 15	34		↓ 29	54		↑ 105	74		↑ 81
15		↑ 28	35		= 33	55		= 52	75		↑ 161
16		= 18	36		↓ 11	56		= 55	76		↓ 69
17		↓ 9	37		↑ 46	57		↑ 71	77		↓ 65
18		↓ 13	38		↑ 49	58		= 57	78		↑ 85
19		↑ 39	39		↑ 51	59		↓ 42	79		↑ 100
20		↓ 7	40		= 36	60		↓ 31	80		↓ 38

Ranking global 2025 – Primer Semestre – Marca 81 a Marca 160

 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
81	 SQM Soluciones para el desarrollo humano	↑ 96
82	 arauco	↑ 167
83	 ChileVisión	= 84
84	 CORREOSCHILE	↓ 40
85	 ANTOFAGASTA MINERALS	↑ 106
86	 NIVEA	↓ 74
87	 farmacias ahumada	↑ 185
88	 VINA 25	↑ 148
89	 ParqueArauco Mucho más que comprar	↑ 99
90	 Uber	↓ 76
91	 LG	↑ 133
92	 Dove	↓ 54
93	 Watt's	↓ 61
94	 La Crianza	= 92
95	 McDonald's	= 93
96	 REDSALUD SOMOS CDC	↓ 91
97	 Colbun energía para Chile	↑ 157
98	 TVN	= 95
99	 MasterCard	↑ 138
100	 TRENCHITO	-

 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
101	 MUTUAL de seguridad	↑ 160
102	 M	↓ 87
103	 Maspol	↓ 75
104	 BIZ PAP	↓ 94
105	 CMR Falabella	↑ 116
106	 UC CHRISTUS	↓ 64
107	 Toyota	↓ 78
108	 Blue express COPAC	↑ 115
109	 NIDO	↑ 140
110	 CajaVecina	↓ 88
111	 WOM	↓ 102
112	 PEPSI	↓ 107
113	 UNIMARC	↓ 108
114	 preunic	↑ 136
115	 easy	= 112
116	 Puma	↓ 77
117	 SONY	↑ 139
118	 ADN	↑ 126
119	 EL MERCURIO	↑ 137
120	 Clínica Alemana	↓ 109

 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
121	 Red Movilidad	↓ 45
122	 McKAY	↓ 97
123	 Shell	= 125
124	 COLLAHUASI MUCHO MÁS QUE CORRE	↑ 131
125	 VIRUTEX	↑ 172
126	 PF	↓ 117
127	 LONCO LECHE	↑ 153
128	 LT LATERCERA	= 129
129	 AngloAmerican	↑ 145
130	 R	↓ 123
131	 TOTTUS	= 135
132	 Banco Falabella	↓ 119
133	 L'ORÉAL	-
134	 maicao	↑ 155
135	 gourmet	↓ 118
136	 Lays	-
137	 Ambrofoli	-
138	 Costa	↓ 101
139	 IKEA	↑ 186
140	 star ken	↓ 122

 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
141	 HYUNDAI	↓ 111
142	 TELE 13 RADIO 103.3FM	↑ 147
143	 Unilever	= 141
144	 Casaideas	↑ 182
145	 IntegraMédica Parte de Bupa	= 143
146	 Cuisine & Co	↓ 128
147	 kunstmann	↓ 110
148	 La Preferida	↓ 132
149	 GASCO	↓ 124
150	 Válle	↓ 103
151	 HUAWEI	↑ 204
152	 70 AÑOS LOS HEROES	↑ 165
153	 PedidosYa	↑ 159
154	 24 HORAS	↓ 120
155	 cenco malls Alto Las Condes	↑ 170
156	 KIA	↓ 98
157	 Super Cerdo	↓ 152
158	 Seguros Falabella	-
159	 San Jorge	↑ 164
160	 PAPA JOHN'S Mejores Ingredientes. Mejor Piza.	= 158

Ranking global 2025 – Primer Semestre – Marca 161 a Marca 240

 Ranking 2025-I	Ranking 2024-II
161 	↓ 154
162 	↑ 183
163 	= 166
164 	↓ 146
165 	= 162
166 	= 168
167 	-
168 	↑ 179
169 	↓ 142
170 	↑ 198
171 	↓ 150
172 	= 169
173 	↑ 180
174 	↑ 194
175 	= 178
176 	↑ 197
177 	-
178 	↓ 173
179 	↓ 163
180 	↑ 232

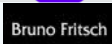
 Ranking 2025-I	Ranking 2024-II
181 	↓ 127
182 	↑ 196
183 	↓ 151
184 	↑ 220
185 	↓ 121
186 	↑ 227
187 	↓ 174
188 	↓ 181
189 	= 189
190 	↓ 149
191 	= 191
192 	↑ 207
193 	↑ 211
194 	↑ 233
195 	= 193
196 	↓ 184
197 	↓ 144
198 	↑ 225
199 	↓ 176
200 	↓ 188

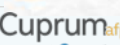
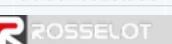
 Ranking 2025-I	Ranking 2024-II
201 	↑ 216
202 	↑ 213
203 	-
204 	= 206
205 	↓ 156
206 	↑ 265
207 	↑ 219
208 	↑ 218
209 	= 212
210 	= 210
211 	↓ 171
212 	↓ 199
213 	↑ 226
214 	↓ 187
215 	↓ 208
216 	↓ 192
217 	↓ 200
218 	↓ 195
219 	-
220 	↑ 230

 Ranking 2025-I	Ranking 2024-II
221 	↑ 243
222 	-
223 	↑ 237
224 	↓ 215
225 	↑ 267
226 	-
227 	↓ 175
228 	↑ 242
229 	= 228
230 	↑ 261
231 	↑ 240
232 	-
233 	↓ 222
234 	↓ 190
235 	↑ 244
236 	↓ 224
237 	↑ 251
238 	= 235
239 	↑ 294
240 	↓ 217

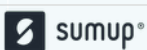
Ranking global 2025 – Primer Semestre – Marca 241 a Marca 300

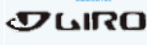
 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
241	 Factory	 256
242	 CLÍNICA LAS CONDES	 203
243	 Caja 1	 264
244		 236
245	 Las Últimas Noticias	 223
246		 214
247	 itaú	 234
248	 cabify	 258
249	 HABITAT Seguridad y Confianza	 259
250	 ZARA	 239
251	 tenpo	 248
252	 sencillito	 263
253	 modelo	 255
254	 sura	 241
255	 JetSMART	 266
256	 INTIME	 231
257	 ESCUDO	 246
258	 P&G	 273
259	 Great Value	 253
260	 mundo	 271

 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
261	 consorcio	 249
262	 laSegunda	 245
263	 CORONA	 268
264	 KAYSER	 257
265	 Abbott	-
266	 ARCOR	-
267	 MD	 229
268	 hites	 277
269	 MACH BANK	 262
270	 Bruno Fritsch	-
271	 OXXO	 252
272	 upa!	 260
273	 PALMERS	 247
274	 Alvi	 292
275	 pullmanbus	 281
276	 NotCo	 238
277	 ZURICH	 250
278	 Arauco Premium Outlet Buenaventura	 272
279	 ProVida AFP Una compañía MetLife	 275
280	 HDI SEGUROS	 279

 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
281	 FAN	 269
282	 MÁS MAS	 282
283	 banco ripley	 284
284	 abc	 296
285	 BANCO BICE	 290
286	 ZAPPING	 280
287	 SPARTA	-
288	 PATIO OUTLET	 291
289	 Cuprum Una compañía Principal	 287
290	 Teck	 278
291	 Getnet	 286
292	 central mayorista	 285
293	 AFP Capital Una empresa Sura	 295
294	 EASTON OUTLETMALL	 297
295	 LABORATORIOS MAVER	-
296	 pullman carGO	 274
297	 CíA	-
298	 SALAZAR ISRAEL	-
299	 compraquí de BancoEstado	 283
300	 ROSSELOT	-

Ranking global 2025 – Primer Semestre – Marca 301 a Marca 325

 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
301		↓ 289
302		= 298
303		↓ 293
304		–
305		–
306		↓ 301
307		↓ 299
308		↓ 303
309		–
310		–
311	 	↓ 302
312		–
313		↓ 288
314		–
315		–

 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
316		↓ 304
317		–
318		–
319		–
320		↓ 305
321		↓ 310
322		↓ 307
323		↓ 306
324		↓ 308
325		↓ 309

Marcas Ciudadanas 2025 – I:

Salen, se mantienen y entran



Marcas que salen



Marcas que se mantienen



Marcas que entran



Ganadores por categoría 2025 – I

AFPs	Apps de pedidos	Apps de transportes	Bancos	Bebidas	Bebidas Alcohólicas	Cajas y Mutuales	Concesionarias
							
Canales de pago	Cecinas y carnes	Centros comerciales	Clínicas y salud	Comida rápida	Compañía de seguros	Autos	Laboratorios
							
Consumo Masivo	Courrier	Cuentas	Cuidado e higiene personal	Entretención infantil/familiar	Estaciones de servicio	Farmacias	Reciclaje
							
Higiene del Hogar	Industria	Lácteos	Líneas aéreas	Marcas corporativas	Radios y diarios	Medios de pago	Canal de TV
							
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	
							

Principales alzas en el ranking 2025 - I

 Ranking 2025-I Alza		
70	107	
87	98	
75	86	
82	85	
51	83	
68	62	
88	60	
97	60	
101	59	
206	59	

 Ranking 2025-I Alza		
239	55	
151	53	
180	52	
54	51	
125	47	
139	47	
45	44	
44	42	
91	42	
225	42	

 Ranking 2025-I Alza		
186	41	
99	39	
194	39	
144	38	
184	36	
49	31	
73	31	
109	31	
230	31	
53	30	

IDENTIFICAMOS 5 GRANDES SEGMENTOS DE MARCAS

Identificamos **5 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 **dormidas**

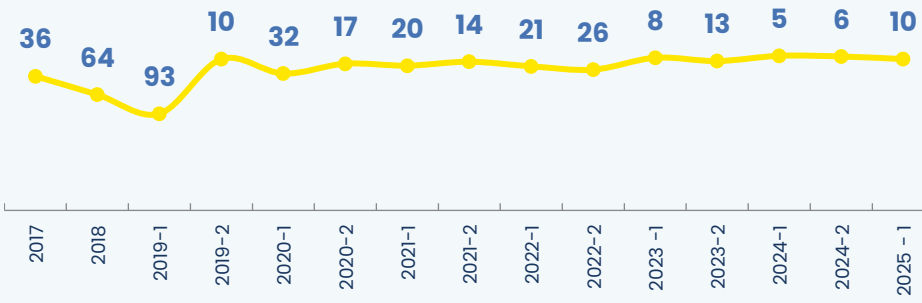
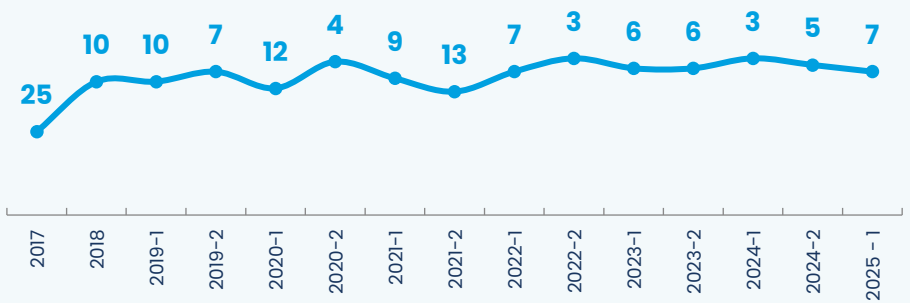
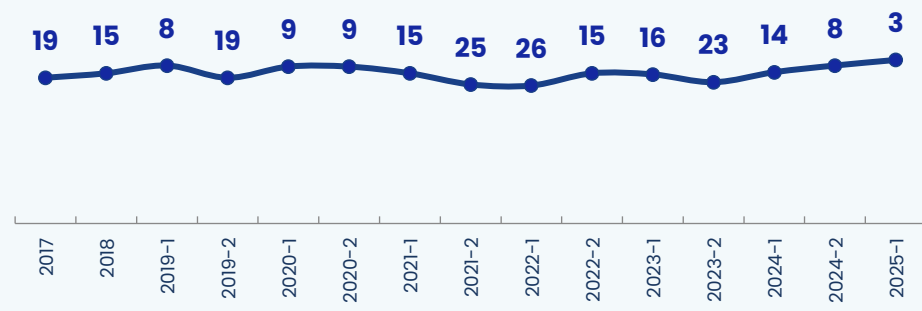
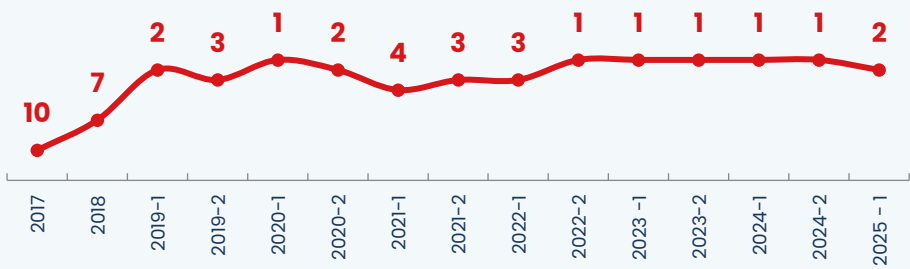
Marcas que se han mantenido sin grandes cambios en sectores medios o bajos del ranking.



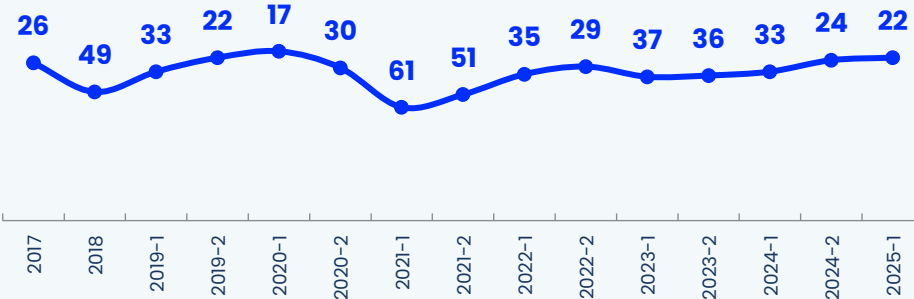
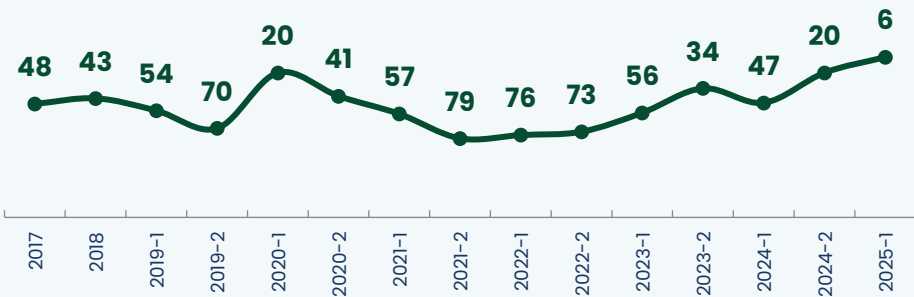
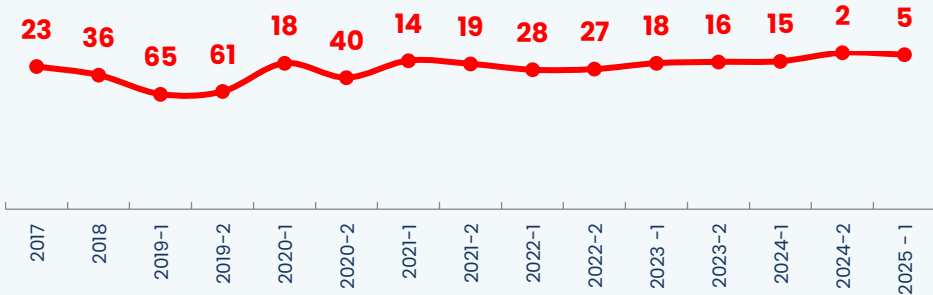
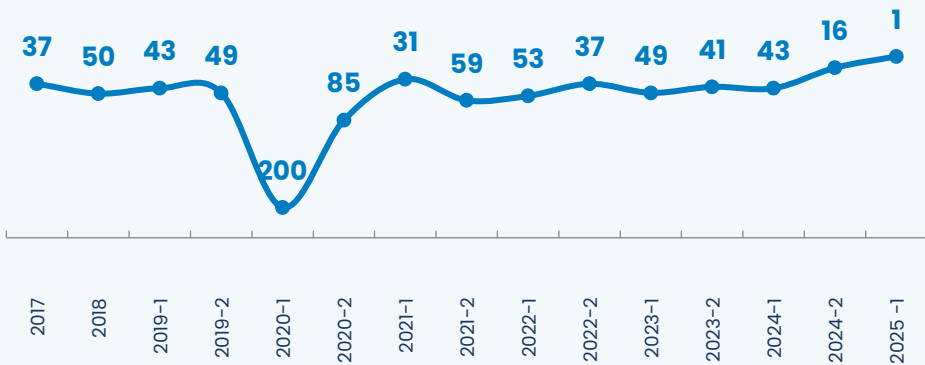
Marcas **desafiadas**

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

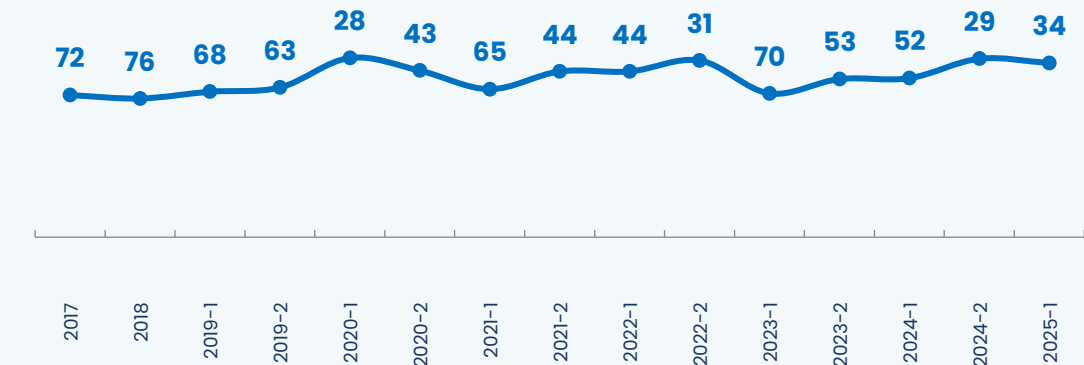
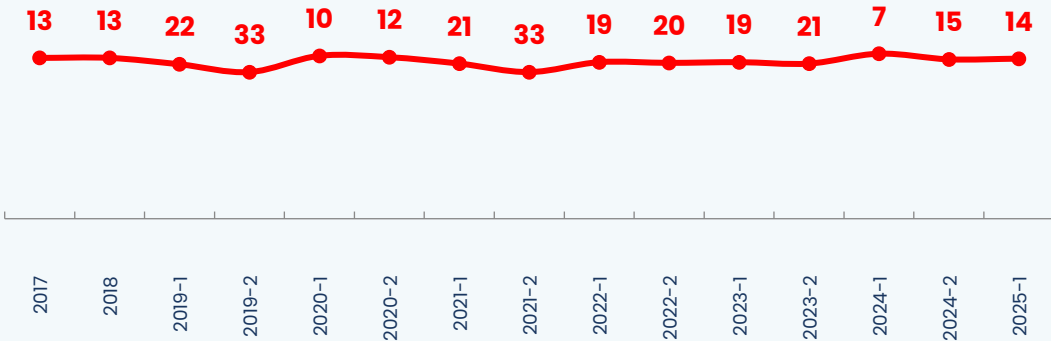
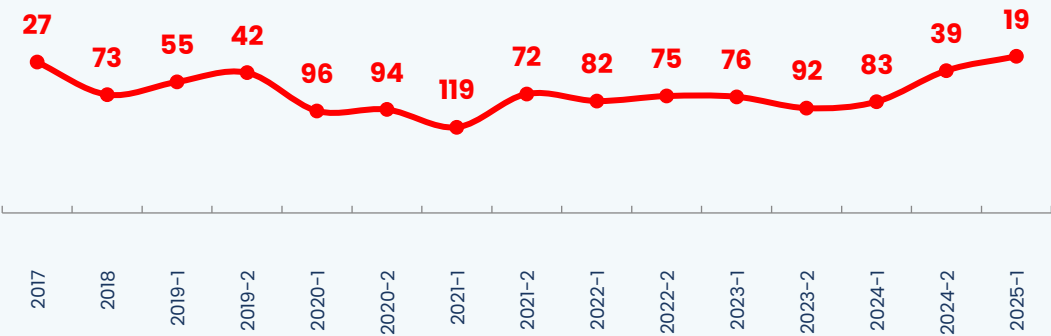
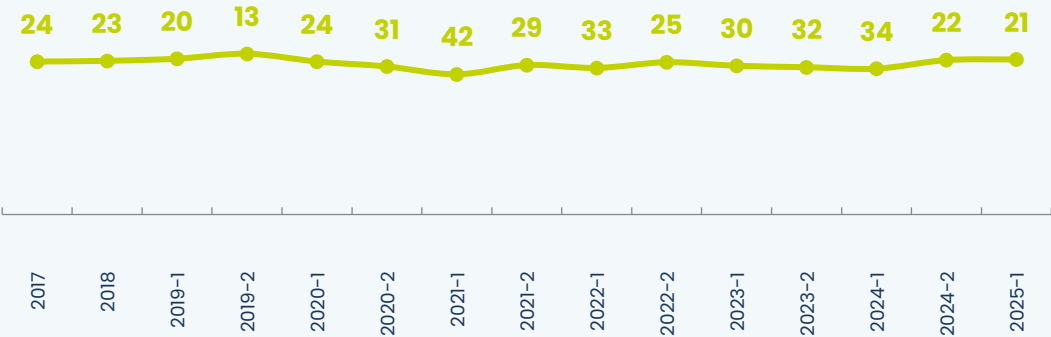
Marcas Ciudadanas de Excelencia



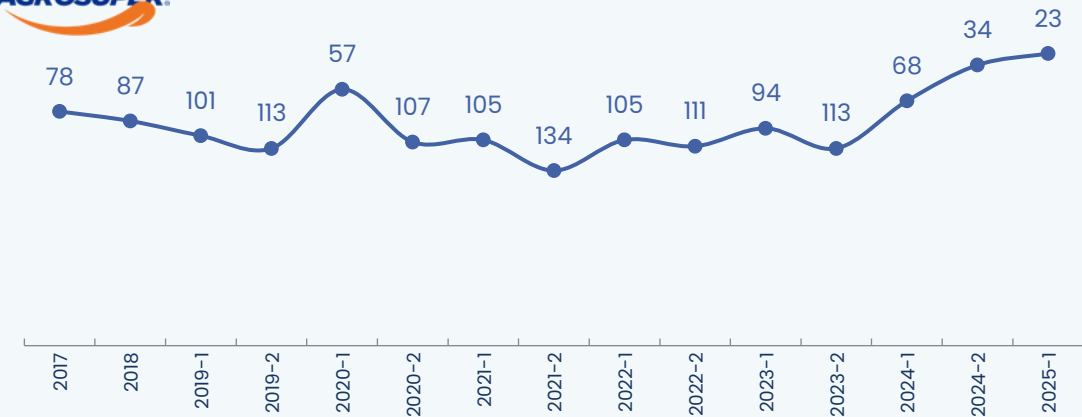
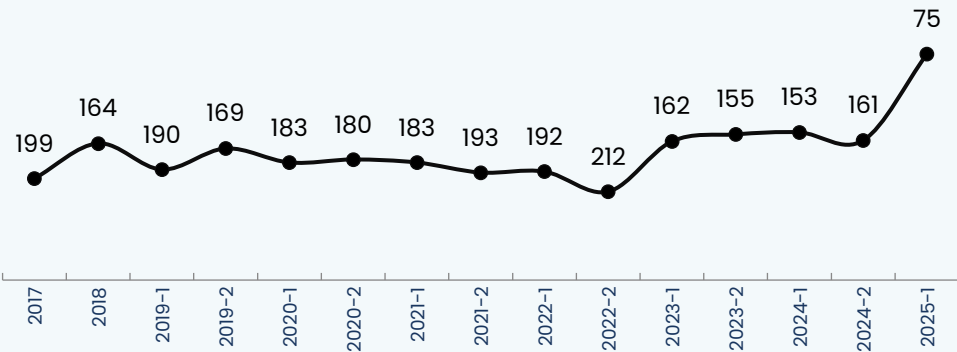
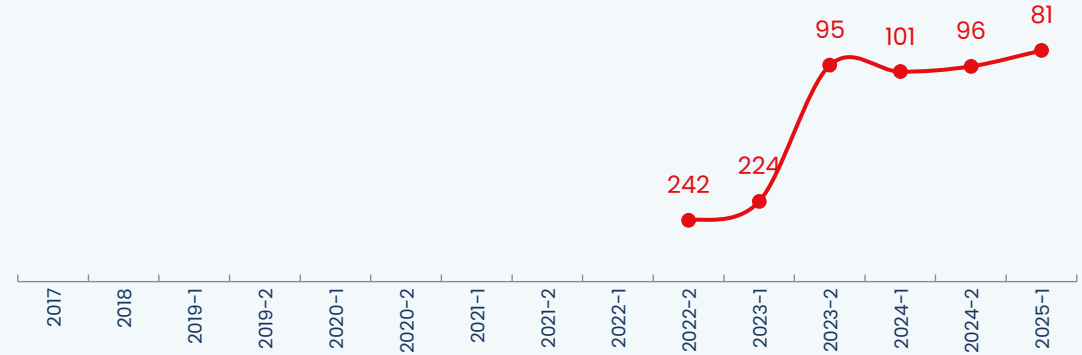
Marcas Exitosas



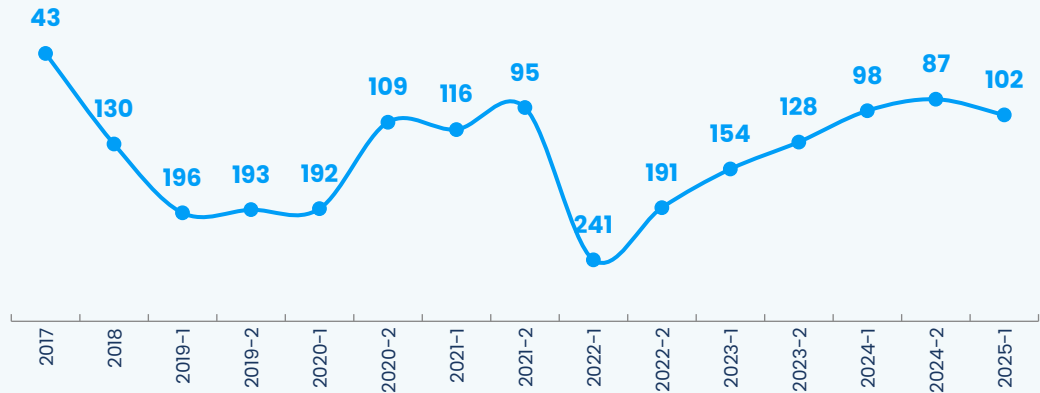
Marcas Exitosas



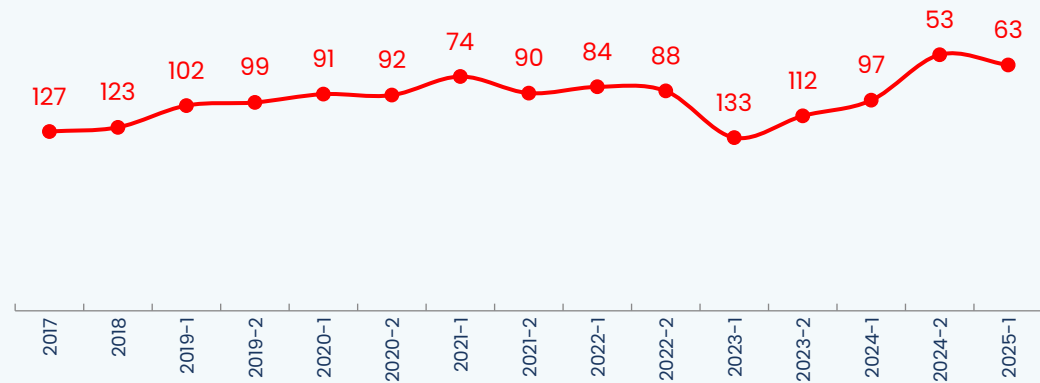
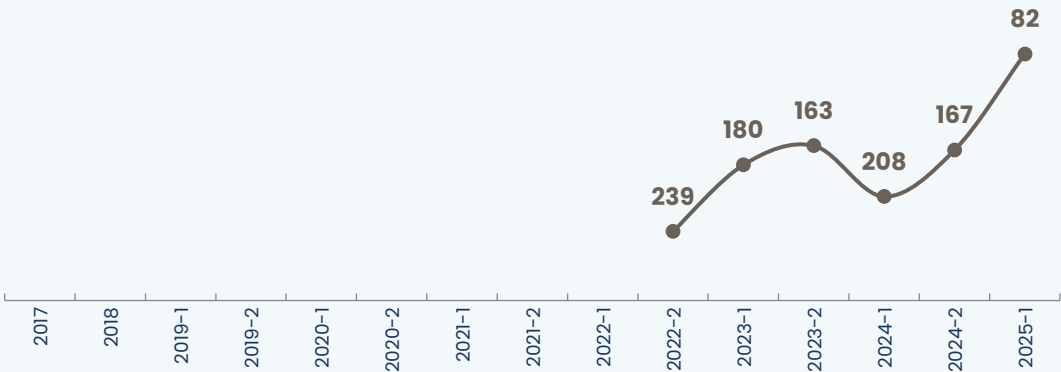
Marcas Resilientes



Marcas Resilientes

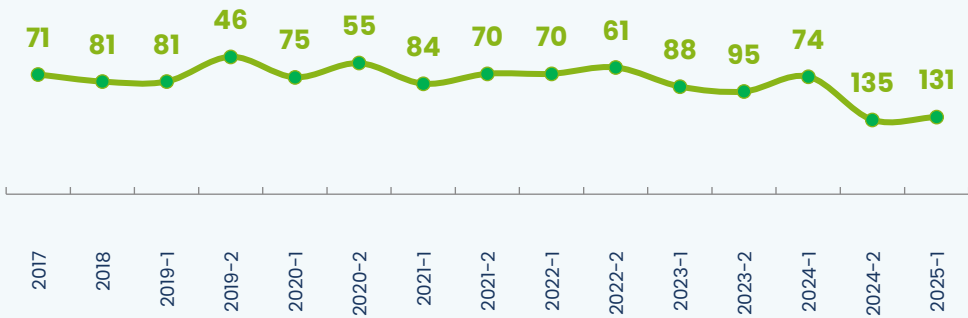


araucó

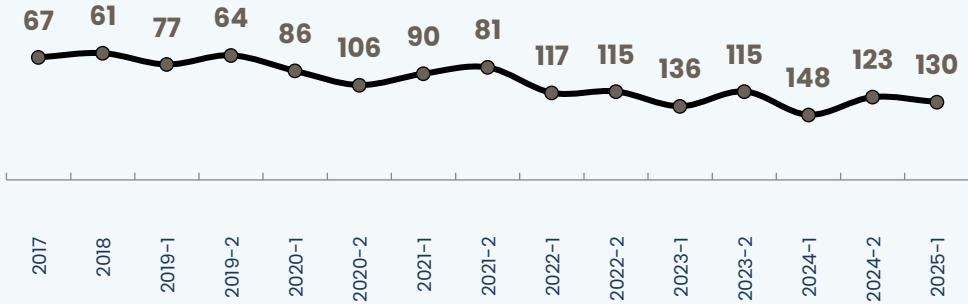


4 Marcas dormidas

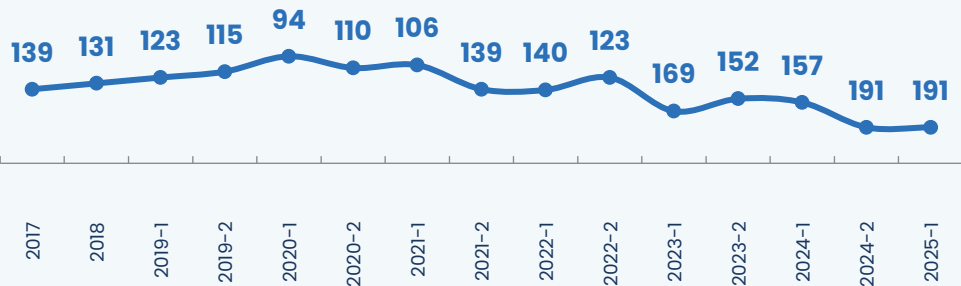
TOTTUS



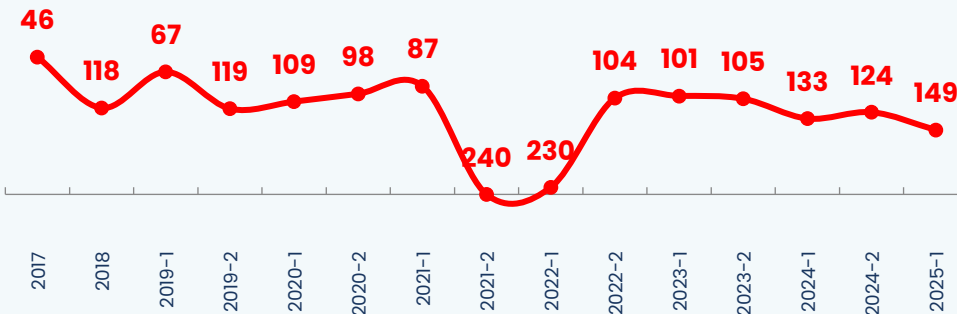
R



Bci

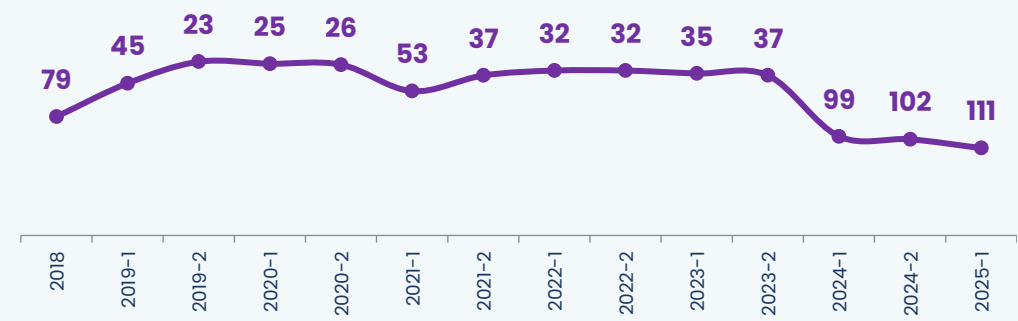


Gasco

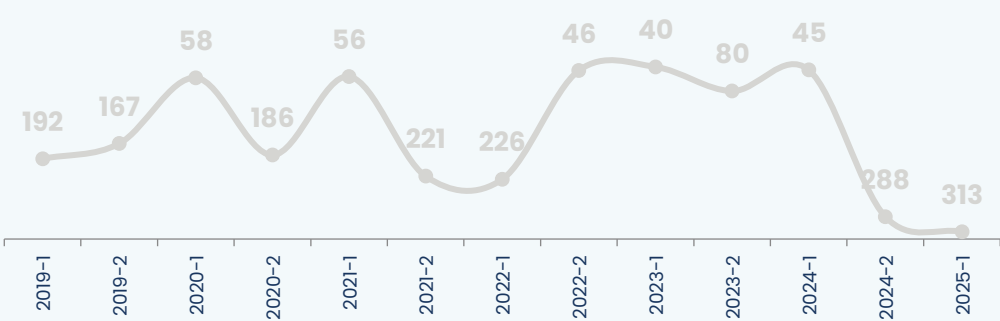


Marcas Desafiadas

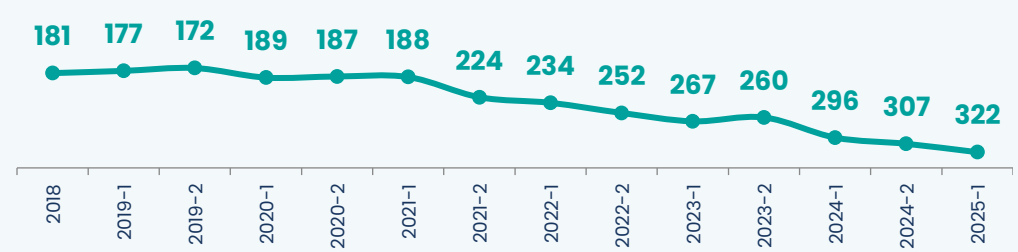
Marca de Telecomunicaciones



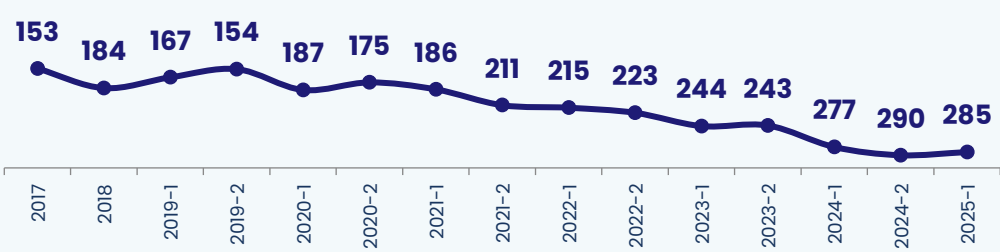
Marca de Servicios básicos



Marca Isapre



Marca de banco



RANKING DE **CONVICCIÓN**

MARCAS CON CONVICCIÓN – Top 30

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

 Marcas que no son ciudadanas a nivel total

Atributos del modelo Convicción

■ Cencosud

■ Mercado Libre

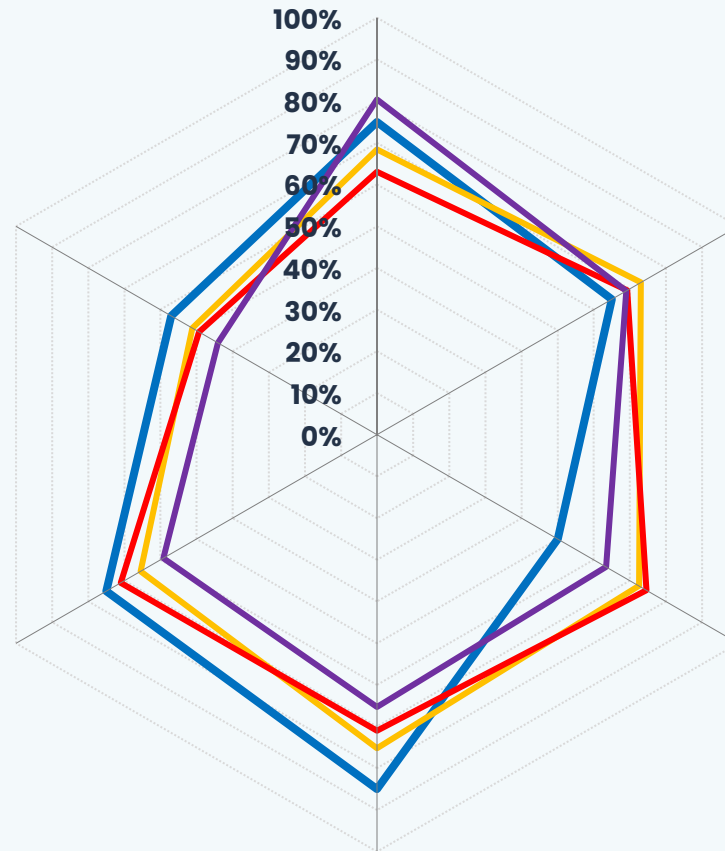
■ Colún

■ Copec

Sintoniza con los
cambios sociales

Mejora la calidad de
vida de las personas

Líder en su categoría



Comunica de manera
clara y consistente

Es genuina, creíble

Funciona excelente, me
da seguridad

ZOOM A LA **PRESENCIA,** **RELEVANCIA Y APOORTE** DE LAS MARCAS



MODELO

MARCAS CIUDADANAS



**Presencia
positiva**



Relevancia



Aporte

Top of Mind

Comunicación visible
y memorable

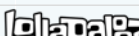
Presente en el día
a día

Presencia– Top 30

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

Marcas que no son ciudadanas a nivel total

Ranking Presencia 2025 – Primer Semestre – TOP 80 Marcas

	Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
1		=	4
2		=	1
3		=	2
4		↑	30
5		=	8
6		=	5
7		=	9
8		=	11
9		=	6
10		=	7
11		↑	118
12		↑	33
13		↑	20
14		=	13
15		=	15
16		↓	3
17		=	19
18		=	14
19		=	16
20		=	18

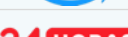
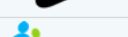
	Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
21		↓	12
22		=	27
23		↑	39
24		=	29
25		↑	47
26		=	24
27		↑	60
28		↓	10
29		↑	42
30		=	28
31		↓	17
32		↓	22
33		↑	44
34		=	34
35		↓	23
36		↑	62
37		↑	68
38		↓	32
39		↑	48
40		↑	66

	Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
41		↓	21
42		↑	96
43		↓	26
44		↓	38
45		↑	55
46		↓	25
47		↑	93
48		=	50
49		↓	40
50		=	51
51		=	49
52		↓	46
53		↑	104
54		↓	36
55		=	53
56		↓	31
57		=	56
58		↑	74
59		↓	37
60		↓	52

	Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
61		↑	75
62		=	59
63		↑	87
64		↓	45
65		-	-
66		=	61
67		↑	81
68		-	-
69		=	73
70		↓	43
71		↓	54
72		-	-
73		-	-
74		=	78
75		=	80
76		↑	148
77		↑	125
78		↑	105
79		↓	69
80		=	76

Ranking Presencia 2025 – Primer Semestre – Marca 81 a Marca 160

	Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
81		↓	41
82		=	77
83		↓	64
84		↑	100
85		↓	58
86		↑	123
87		=	86
88		↓	79
89		=	90
90		↑	120
91		↓	65
92		↓	70
93		↓	84
94		↓	85
95		↑	113
96		↓	57
97		↓	71
98			-
99		↑	128
100		↓	63

	Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
101		↓	72
102		↑	117
103		=	101
104		↑	130
105		↓	99
106		=	111
107		=	103
108		↓	91
109		↓	97
110		↑	126
111		↓	92
112		↓	102
113		↓	98
114		↑	122
115		↓	109
116		↓	83
117		↓	106
118		↓	88
119		=	116
120		↑	133

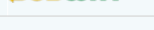
	Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
121		↓	82
122		↓	95
123		↑	129
124		↑	187
125			-
126		↓	119
127		↓	89
128		↓	94
129		↑	138
130		↓	108
131		↓	107
132			-
133		↑	173
134		↓	127
135		↑	166
136		=	131
137		↑	195
138			-
139		↓	110
140		↑	170

	Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
141		=	145
142		↓	121
143		↑	199
144		↑	203
145		↓	137
146		↑	194
147		↑	182
148		↑	158
149		↓	142
150		↓	115
151		↓	135
152		↑	256
153		↑	219
154		↓	143
155		=	151
156		↑	200
157		↓	124
158		↑	165
159		↑	205
160		↑	183

Ranking Presencia 2025 – Primer Semestre – Marca 161 a Marca 240

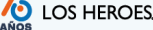
 Ranking 2025-I

Ranking 2024-II

161		↑	183
162		↓	149
163		↑	175
164		=	161
165		↑	184
166		↓	152
167		↓	132
168		↓	153
169			-
170		↓	160
171		↑	230
172		=	171
173		↓	114
174		↑	193
175		↓	144
176		=	180
177		↓	141
178		↓	134
179		↓	146
180		↓	157

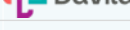
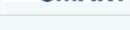
 Ranking 2025-I

Ranking 2024-II

181		↓	139
182		↓	159
183		↓	169
184		=	188
185		↑	209
186		↓	140
187		↑	198
188		=	191
189		↓	168
190		↓	163
191		↓	176
192		↓	172
193		↓	162
194		↓	156
195		↑	215
196		↑	241
197		↓	179
198		↓	154
199		↓	181
200		↓	150

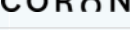
 Ranking 2025-I

Ranking 2024-II

201			-
202		↑	238
203		↑	221
204		↑	233
205		↑	223
206		↑	222
207		↓	167
208		↓	174
209		↓	189
210		↑	227
211		↓	190
212		↑	231
213		↓	202
214		↓	147
215		↑	220
216		↓	201
217		↑	295
218			-
219		↓	186
220		↑	226

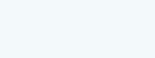
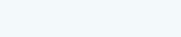
 Ranking 2025-I

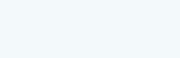
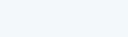
Ranking 2024-II

221		↓	208
222		↑	239
223		=	224
224		↑	232
225		↓	178
226			-
227			-
228		↓	192
229		↓	155
230		↑	236
231		=	235
232		↓	211
233		↑	244
234		↓	217
235		=	234
236		↑	252
237		↓	212
238			-
239		↑	262
240		↓	196

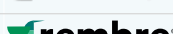
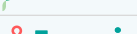
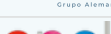
Ranking Presencia 2025 – Primer Semestre – Marca 241 a Marca 300

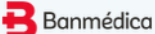
 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
241		↑ 258
242		= 242
243		↓ 210
244		↓ 214
245		↑ 265
246		= 246
247		↓ 204
248		↑ 254
249		↑ 255
250		↓ 229
251		↑ 273
252		↓ 243
253		↑ 270
254		↑ 278
255		↓ 245
256		↓ 248
257		↑ 275
258		= 257
259		-
260		↑ 267

 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
261		↓ 225
262		↑ 288
263		↑ 282
264		-
265		↓ 247
266		↑ 272
267		↓ 218
268		↓ 206
269		↓ 259
270		↓ 260
271		= 269
272		↓ 266
273		↓ 237
274		↑ 284
275		↑ 283
276		↓ 251
277		↓ 261
278		= 276
279		↓ 271
280		↓ 213

 Ranking 2025-I		Ranking 2024-II
281		↑ 293
282		↑ 287
283		= 281
284		↓ 277
285		-
286		↓ 274
287		↓ 280
288		↑ 296
289		↓ 268
290		↑ 297
291		-
292		↓ 285
293		-
294		= 290
295		= 291
296		-
297		-
298		↓ 292
299		-
300		↓ 294

Ranking **Presencia 2025** – Primer Semestre – **Marca 301 a Marca 325**

 Ranking 2025-I	Ranking 2024-II
301 	–
302 	↓ 289
303 	–
304 	–
305 	↓ 300
306 	↓ 299
307 	↓ 301
308 	–
309 	↓ 298
310 	↓ 302
311 	–
312 	–
313 	–
314 	↓ 303
315 	–
316 	–
317 	–
318 	–
319 	↓ 304
320 	↓ 305

 Ranking 2025-I	Ranking 2024-II
321 	↓ 307
322 	↓ 306
323 	↓ 308
324 	↓ 310
325 	↓ 309

MODELO

MARCAS CIUDADANAS



Presencia
positiva



Relevancia



Aporte

Estilo



Hacer

Funcionalidad/
experiencia



Sentir

Accesibilidad



Estar

Dimensiones que **sustentan la**

relevancia de las Marcas

Ciudadanas 2025 - 1

- Me identifica el estilo que proyecta
- Me trae buenos recuerdos
- Su publicidad es memorable
- Es líder en su categoría
- Me conecta con emociones positivas
- Es una marca consistente, comunica de manera clara
- Genuina, creíble, confiable



SENTIR

Lo que la marca hace sentir y lo que representa emocionalmente.

Estilo (36%)



HACER

Lo que la marca hace y cómo lo hace. Remite a los aspectos intrínsecos de su propuesta de valor y su posición competitiva.

Funcionalidad y experiencia (49%)



MARCA



ESTAR

La actitud de la marca en su relación con el cliente.

Accesibilidad (15%)

- Funciona excelente, me da seguridad
- Tiene la variedad de productos que necesito
- Mejora mi calidad de vida
- Innova constantemente
- Trata bien a sus clientes
- Ante cualquier problema responde ágilmente

- Está al alcance de todos
- Muy conveniente, entrega más de lo que cuesta
- Está en todas partes

Ranking Relevancia 2025 – Top 30

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

 Marcas que no son ciudadanas a nivel total

Ranking Relevancia 2025 – Primer Semestre – TOP 80 Marcas

 Ranking 2025 -I	Ranking 2024 -II
1 	↑ 7
2 	= 4
3 	= 1
4 	↑ 20
4 	= 4
6 	↑ 11
7 	= 6
7 	↑ 12
9 	↓ 2
10 	↑ 21
11 	↑ 30
12 	↓ 7
13 	↑ 34
14 	= 17
15 	↓ 3
16 	↑ 35
17 	= 19
18 	↓ 9
19 	↓ 13
20 	↓ 15

 Ranking 2025 -I	Ranking 2024 -II
21 	= 17
22 	↓ 10
23 	= 27
24 	↑ 51
25 	↑ 38
26 	↓ 14
27 	= 24
28 	= 29
29 	↓ 16
30 	↑ 47
31 	↓ 24
32 	↓ 22
33 	-
34 	↑ 48
35 	-
36 	↑ 53
37 	↑ 50
38 	= 41
39 	↑ 45
40 	↑ 57

 Ranking 2025 -I	Ranking 2024 -II
41 	↓ 28
42 	= 43
43 	↓ 23
44 	↑ 58
45 	↑ 114
46 	↓ 36
47 	↑ 111
48 	-
49 	= 52
50 	↑ 77
51 	↓ 38
52 	↓ 40
53 	↓ 42
54 	↑ 70
55 	↑ 63
56 	↓ 46
57 	↓ 32
58 	↓ 26
59 	= 56
60 	↑ 78

 Ranking 2025 -I	Ranking 2024 -II
61 	↑ 89
62 	↑ 91
63 	↓ 55
64 	↑ 135
65 	↑ 94
66 	↑ 98
67 	↓ 54
68 	↑ 88
69 	= 73
70 	↓ 59
71 	= 67
72 	↑ 104
73 	↑ 101
74 	↑ 191
75 	↓ 65
76 	= 76
77 	↓ 30
78 	= 82
79 	↓ 64
80 	↑ 103

Ranking Relevancia 2025 – Primer Semestre – Marca 81 a Marca 160

	Ranking 2025 -I		Ranking 2024 -II
81		↑	92
82		↑	108
83		↑	126
84		=	86
85		↓	44
86		↑	97
87		=	83
88		↑	129
89		↓	60
90		↑	120
91		↑	100
92		↑	123
93		↑	109
94		↑	156
95		↑	110
96		↑	136
97		↓	84
98		↓	80
99		↑	155
100		↓	66

	Ranking 2025 -I		Ranking 2024 -II
101		↓	61
102		↑	126
103		=	107
104		↑	146
105		↓	96
106		↓	74
107		↓	75
108		↑	124
109		↓	90
110		↓	105
111		↑	130
112		↑	142
113		↑	148
114		↓	102
115		↓	99
116		↓	106
117		-	-
118		↑	133
119		↓	93
120		-	-

	Ranking 2025 -I		Ranking 2024 -II
121		↓	113
122		↑	131
123		↑	140
124		-	-
125		↓	69
126		↑	134
127		↑	141
128		↑	145
129		↓	50
130		↑	139
131		-	-
132		↓	121
133		↑	158
134		↓	85
135		↓	72
136		↓	87
137		↑	176
138		↑	174
139		↑	235
140		↓	79

	Ranking 2025 -I		Ranking 2024 -II
141		↑	173
142		↑	188
143		=	143
144		↓	118
145		↑	157
146		↑	194
147		=	150
148		↓	122
149		↓	115
150		↓	112
151		↓	116
152		↓	125
153		↑	172
154		↓	144
155		↑	164
156		↓	149
157		↓	132
158		↓	152
159		↓	154
160		=	162

Ranking Relevancia 2025 – Primer Semestre – Marca 161 a Marca 240

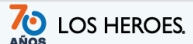
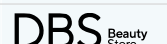
 Ranking 2025 -I		Ranking 2024 -II
161		↑ 166
162		↓ 95
163		↑ 240
164		= 160
165		↑ 171
166		↓ 137
167		= 163
168		-
169		↓ 153
170		↑ 177
171		↓ 159
172		↓ 161
173		↑ 182
174		-
175		↓ 150
176		↓ 167
177		↑ 186
178		↓ 117
179		↓ 165
180		= 178

 Ranking 2025 -I		Ranking 2024 -II
181		↓ 168
182		↑ 239
183		↓ 119
184		↑ 225
185		↑ 220
186		-
187		↓ 181
188		= 189
189		↓ 179
190		= 190
191		↑ 216
192		↓ 169
193		↑ 200
194		-
195		↓ 184
196		↑ 210
197		= 196
198		↓ 175
199		= 202
200		↑ 241

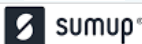
 Ranking 2025 -I		Ranking 2024 -II
201		= 201
202		↓ 192
203		↑ 226
204		↓ 193
205		= 204
206		= 207
207		↑ 217
208		↓ 183
209		↓ 170
210		↓ 199
211		↓ 197
212		↓ 206
213		↑ 242
214		↓ 203
215		↓ 205
216		↑ 221
217		↑ 265
218		↑ 244
219		↓ 212
220		↑ 229

 Ranking 2025 -I		Ranking 2024 -II
221		↓ 211
222		↑ 257
223		↑ 259
224		↓ 198
225		↓ 180
226		↓ 219
227		↓ 213
228		= 228
229		↑ 237
230		= 231
231		-
232		↓ 227
233		↓ 215
234		↑ 252
235		-
236		-
237		↓ 138
238		= 236
239		↓ 214
240		-

Ranking Relevancia 2025 – Primer Semestre – Marca 241 a Marca 300

 Ranking 2025 -I	Ranking 2024 -II
241 	= 245
242 	↓ 230
243 	↑ 261
244 	↑ 258
245 	↓ 222
246 	-
247 	↑ 290
248 	↑ 273
248 	↓ 233
250 	↑ 291
251 	↓ 246
252 	↑ 268
253 	= 250
254 	↑ 276
255 	= 251
256 	-
257 	↓ 224
258 	↓ 232
259 	-
260 	-

 Ranking 2025 -I	Ranking 2024 -II
261 	↓ 255
261 	↑ 279
263 	↓ 248
264 	= 260
265 	↑ 287
266 	↑ 274
267 	↓ 249
268 	↓ 247
269 	↓ 218
270 	↓ 261
271 	= 270
272 	↓ 208
273 	↓ 253
274 	↓ 266
275 	↓ 223
276 	= 275
277 	↓ 243
278 	↓ 272
279 	↓ 271
280 	= 281

 Ranking 2025 -I	Ranking 2024 -II
281 	= 278
282 	↓ 269
283 	↓ 268
284 	= 280
285 	↓ 263
286 	↓ 277
287 	= 285
288 	↓ 256
289 	= 286
290 	↓ 283
291 	↓ 238
292 	↑ 300
293 	↓ 288
294 	= 293
295 	↓ 282
296 	-
297 	↓ 254
298 	-
299 	↓ 292
300 	↓ 264

Ranking **Relevancia 2025** – Primer Semestre – **Marca 301 a Marca 325**

 Ranking 2025 -I	Ranking 2024 -II
301 	 299
302 	-
303 	-
304 	-
305 	 289
306 	-
307 	-
308 	 304
309 	-
310 	 298
311 	 294
312 	 296
313 	 302
314 	 305
315 	-

 Ranking 2025 -I	Ranking 2024 -II
316 	 306
317 	 308
318 	-
319 	 301
320 	 307
321 	-
322 	-
323 	 309
324 	 303
325 	 310

MODELO

MARCAS CIUDADANAS



Presencia
positiva



Relevancia



Aporte

Beyond profit

Mejora la calidad de
vida de las personas

Aporta a la sociedad

Hace el mundo un
mejor lugar

MARCAS CIUDADANAS

MODELO DE APORTE

1.

Mejora la calidad de vida de las personas (20%)

Mejora la vida de las personas y las comunidades

Trata bien a trabajadores y proveedores

2.

Beyond profit (9%)

Tiene un propósito superior que es: va más allá que solo ganar dinero.

Tiene comportamiento ético y sostenible.

3.

Aporta la sociedad (55%)

Sintoniza con los cambios sociales

Apoya causas sociales importantes/ fundaciones ONG

Aporta a la cultura, música y al arte.

Fomenta el deporte.

Aporta a la educación y salud.

3.

Hace el mundo un mejor lugar (16%)

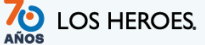
Tiene un compromiso claro por mejorar el mundo

Se preocupa y toma acción por el medioambiente.

Aporte – Top 30

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

Ranking Aporte 2025 – Primer Semestre – TOP 80 Marcas

	Ranking 2025-I		Aporte 2024-II		Ranking 2025-I		Aporte 2024-II		Ranking 2025-I		Aporte 2024-II		Ranking 2025-I		Aporte 2024-II
1		=	4	21		↑	52	41		↑	61	61		↑	73
2		↑	11	22		=	25	42		↑	66	62		↑	158
3		=	3	23		↑	85	43		↓	38	63		=	62
4		=	7	24		=	24	44		↓	16	64		↓	50
5		↑	17	25		↑	80	45		↓	30	65		↑	146
6		=	9	26		↑	37	46		↑	112	66		↓	60
7		↓	2	27		↑	48	47		↑	81	67		↑	86
8		↑	46	28		=	26	48		↑	79	68		↓	1
9		↑	29	29		=	32	49		↓	40	69		↓	57
10		↑	19	30		-	-	50		↑	118	70		↑	133
11		↑	54	31		=	31	51		=	47	71		↓	14
12		=	12	32		=	34	52		↓	45	72		↑	78
13		↑	27	33		↓	23	53		↓	18	73		↑	107
14		↑	56	34		↓	21	54		↓	43	74		↓	59
15		↑	55	35		↑	53	55		↑	72	75		=	75
16		↓	6	36		↑	67	56		↑	65	76		↑	132
17		=	15	37		↑	92	57		↓	33	77		↑	141
18		↑	39	38		↑	68	58		↑	94	78		↑	115
19		↑	28	39		=	41	59		↑	88	79		↑	149
20		=	22	40		↑	71	60		↓	42	80		↑	114

Ranking Aporte 2025 – Primer Semestre – Marca 81 a Marca 160

 Ranking 2025-I	Aporte 2024-II	 Ranking 2025-I	Aporte 2024-II	 Ranking 2025-I	Aporte 2024-II	 Ranking 2025-I	Aporte 2024-II
81 	= 77	101 	↑ 106	121 	↓ 109	141 	-
82 	↑ 87	102 	↓ 93	122 	↑ 151	142 	↓ 128
83 	↑ 126	103 	↑ 110	123 	↓ 74	143 	↓ 91
84 	↑ 117	104 	↓ 51	124 	= 125	144 	= 140
85 	↑ 138	105 	↑ 139	125 	↓ 82	145 	= 142
86 	↑ 122	106 	↓ 10	126 	= 123	146 	↑ 193
87 	↓ 70	107 	↓ 58	127 	= 130	147 	= 147
88 	↓ 63	108 	= 111	128 	= 131	148 	↑ 155
89 	↑ 101	109 	↑ 136	129 	↑ 164	149 	↑ 157
90 	↓ 64	110 	↑ 127	130 	↑ 144	150 	↑ 208
91 	= 90	111 	-	131 	↓ 83	151 	↑ 156
92 	↑ 172	112 	= 113	132 	↓ 121	152 	↓ 108
93 	= 96	113 	↓ 69	133 	= 134	153 	↑ 189
94 	= 97	114 	↑ 167	134 	↑ 145	154 	↑ 195
95 	↑ 120	115 	↓ 76	135 	↓ 95	155 	↑ 160
96 	↑ 150	116 	↓ 49	136 	↑ 204	156 	↓ 99
97 	↑ 124	117 	↓ 103	137 	↓ 98	157 	↑ 169
98 	↑ 191	118 	↑ 129	138 	-	158 	↑ 182
99 	↓ 89	119 	↓ 84	139 	↑ 159	159 	↑ 203
100 	↓ 44	120 	= 116	140 	↑ 152	160 	↑ 178

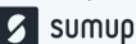
Ranking Aporte 2025 – Primer Semestre– Marca 161 a Marca 240

 Ranking 2025-I		Aporte 2024-II	 Ranking 2025-I		Aporte 2024-II	 Ranking 2025-I		Aporte 2024-II	 Ranking 2025-I		Aporte 2024-II
161		↓ 135	181		↓ 163	201		↓ 161	221		↑ 275
162		-	182		-	202		↓ 194	222		-
163		↑ 200	183		↓ 166	203		↑ 226	223		↑ 245
164		↓ 153	184		↓ 162	204		↑ 214	224		↑ 256
165		↓ 154	185		↓ 174	205		↓ 198	225		↓ 188
166		↑ 173	186		↑ 258	206		↑ 244	226		↓ 185
167		= 170	187		-	207		↑ 238	227		↑ 270
168		↑ 216	188		↓ 143	208		↑ 240	228		↓ 207
169		↓ 102	189		↓ 180	209		= 209	229		↑ 262
170		↓ 104	190		↓ 137	210		↑ 229	230		↓ 186
171		-	191		↑ 206	211		↓ 202	231		↓ 219
172		↑ 230	192		↑ 235	212		↓ 201	232		↓ 171
173		-	193		↑ 234	213		↓ 179	233		↓ 175
174		↑ 223	194		= 190	214		↑ 224	234		= 232
175		↑ 212	195		= 192	215		↓ 165	235		-
176		↓ 105	196		↑ 220	216		↑ 261	236		↓ 213
177		↑ 197	197		↓ 148	217		↓ 181	237		↓ 177
178		↓ 168	198		↑ 215	218		↓ 210	238		↑ 265
179		↑ 199	199		↑ 221	219		-	239		-
180		↑ 205	200		↓ 183	220		↓ 176	240		↓ 217

Ranking Aporte 2025 – Primer Semestre– Marca 241 a Marca 300

 Ranking 2025 -I	Aporte 2024 -II
241  PAPAJOHNS Mejores Ingredientes. Mejor Pizza.	↓ 231
242  Rappi	↓ 228
243  sencillito	↑ 248
244  MD	↓ 211
245  PATIO OUTLET	↑ 284
246  Qlorona	↓ 227
247  sura	↓ 222
248  Factory	↑ 260
248  consorcio	↓ 233
250  SPARTA	-
251  Escudo	↓ 236
252  KFC	↓ 218
253  tenpo	↑ 263
254  Arauco® Premium Outlet Buenaventura	↓ 246
255  ProVidaAFP Una compañía MetLife	↑ 276
256  MAS LEAS	↑ 285
257  Teck	↓ 249
258  GIAL	-
259  pullmanbus	↑ 293
260  SUBWAY	↓ 196

 Ranking 2025 -I	Aporte 2024 -II
261  MACH BANK	↑ 273
262  JetSMART	↑ 274
263  FAN	= 264
264  BURGER KING	↓ 253
265  banco ripley	↑ 288
266  pullman carGO	↓ 187
267  amazon	↓ 251
268  Doggis	= 271
269  compraqui de BancoEstado	↓ 243
270  ZAPPING	↑ 297
271  Kryzpo	-
272  HDI SEGUROS	↓ 237
273  DUNA 89.7	↑ 280
274  BANCO BICE	↑ 306
275  Doritos	-
276  tricot	↑ 302
277  Alvi	↑ 305
278  GOLD	-
279  consalud	↓ 257
280  consalud SOMOS CCAC	↓ 267

 Ranking 2025 -I	Aporte 2024 -II
281  FLORES	↓ 252
282  ROYAL GUARD	↓ 242
283  JUAN MAESTRO	↓ 247
284  Banmédica	↓ 266
285  Great Value	↓ 272
286  Bruno Fritsch	-
287  upa!	↓ 268
288  AFP Capital Una empresa sura	↑ 295
289  Colmena	↓ 278
290  TEMU	↑ 303
291  Getnet	↓ 255
292  OXXO	↓ 259
293  ARCOR	-
294  CORONA	↓ 282
295  EASTON OUTLETMALL	= 299
296  CruzBlanca Parte de Bupa	= 292
297  ZARA	↓ 277
298  sumup	= 298
299  SHEIN	↓ 291
300  hites	↑ 300

Ranking Aporte 2025 – Primer Semestre– Marca 301 a 325

	Ranking 2025 -I	Aporte 2024 -II
301		-
302		↓ 294
303		↓ 281
304		↓ 290
305		↓ 287
306		↓ 269
307		↓ 286
308		-
309		-
310		↓ 254
311		= 309
312		↓ 307
313		↓ 296
314		↓ 304
315		-

	Ranking 2025 -I	Aporte 2024 -II
316		↓ 301
317		↓ 308
318		-
319		-
320		-
321		-
322		-
323		↓ 279
324		-
325		-

MARCAS CIUDADANAS EN SEGMENTO LÍDERES EMPRESARIALES

Metodología

Primer semestre 2025

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.

438

Casos totales*

Campo realizado entre 17 de abril y el 7 de mayo de 2025

Marcas Ciudadanas 2025 – Primer Semestre – Líderes

2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024
1		1	8		9	15		13	22		29	29		26
2		2	9		8	16		12	23		17	30		-
3		4	10		14	17		15	24		22	31		-
4		7	11		11	18		16	25		24	32		-
5		3	12		10	19		18	26		-	33		31
6		5	13		6	20		19	27		23	34		-
7		25	14		20	21		21	28		27	35		28

Publicidad Memorable – Top 35

2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024
1		2	8		14	15		13	22		9	29		24
2		7	9		5	16		11	23		17	30		30
3		4	10		15	17		19	24		25	31		-
4		1	11		20	18		12	25		23	32		-
5		3	12		-	19		18	26		28	33		-
6		10	13		16	20		22	27		-	34		-
7		6	14		8	21		21	28		-	35		26

Mejor Experiencia – Top 35

2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024
1		1	8		7	15		12	22		18	29		22
2		2	9		9	16		–	23		24	30		–
3		4	10		–	17		19	24		23	31		21
4		3	11		10	18		13	25		–	32		–
5		6	12		17	19		14	26		25	33		30
6		5	13		15	20		11	27		–	34		29
7		8	14		16	21		20	28		26	35		28

Capacidad Innovadora – Top 35

2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024
1		1	8		-	15		20	22		9	29		24
2		-	9		8	16		15	23		19	30		26
3		2	10		-	17		16	24		18	31		25
4		3	11		5	18		13	25		11	32		29
5		-	12		14	19		10	26		12	33		-
6		6	13		4	20		23	27		21	34		22
7		-	14		7	21		17	28		28	35		-

Buen lugar para trabajar – Top 35

2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024
1	 	7	8		9	15		11	22		–	29		25
2		3	9		4	16		20	23		14	30		23
3		2	10		17	17		13	24		30	31		–
4		5	11		15	18		–	25		–	32		18
5		6	12		12	19		–	26		21	33		26
6		1	13		8	20		28	27		29	34		27
7		10	14		16	21		–	28		19	35		–

Apoya Causas Sociales – Top 35

2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024
1		3	8		7	15		–	22		15	29		19
2		1	9		9	16		11	23		21	30		26
3		2	10		10	17		–	24		20	31		29
4		5	11		13	18		–	25		22	32		–
5		6	12		12	19		18	26		23	33		–
6		4	13		14	20		–	27		17	34		27
7		8	14		16	21		–	28		–	35		24

Apoya artes, cultura, música, deporte – Top 35

2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024
1		1	8		17	15		12	22		18	29		-
2		4	9		7	16		14	23		24	30		29
3		3	10		8	17		13	24		26	31		28
4		9	11		6	18		19	25		21	32		23
5		2	12		10	19		-	26		22	33		30
6		15	13		-	20		11	27		-	34		27
7		5	14		16	21		20	28		25	35		-

Preocupada por el medio ambiente – Top 35

2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024
1		1	8	 Transforma Impulsa Sustenta	9	15	 Soluciones para el desarrollo humano	8	22		-	29		27
2		3	9		4	16		2	23		25	30		-
3		7	10	 MUCHO MÁS QUE COBRE	14	17	 Acero Sostenible®	13	24		24	31		-
4		6	11		16	18		18	25		23	32		27
5		10	12		11	19		22	26		17	33		28
6		-	13	 DESDE 1983	-	20		15	27		19	34		28
7		12	14		5	21		21	28		20	35		-

Buen gobierno corporativo – Top 35



2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024
1	Banco de Chile	2	8	f.	13	15	arauco	-	22	carozzi	-	29	HABITAT Seguridad y Confianza	21
2	COPEC	3	9	Santander	8	16	mercado libre mercado pago	16	23	Nestlé	22	30	Coca-Cola	-
3	cmpec	4	10	CCU	10	17	BHP	14	24	AGROSUPER	25	31	Unilever	-
4	QUIÑENCO	1	11	CONCHA Y TORO DESDE 1993	-	18	METRO DE SANTIAGO	9	25	SQM Soluciones para el desarrollo humano	15	32	SODIMAC	29
5	LATAM AIRLINES	6	12	Colbun Transforma Impulsa Soñamos	11	19	e)	12	26	CODELCO	20	33	BancoEstado	28
6	Bci	5	13	cencosud	19	20	ParqueArauco Mucho más que comprar	18	27	Microsoft	-	34	SIY	26
7	ANTOFAGASTA MINERALS	7	14	AGUAS andinas	24	21	AngloAmerican	-	28	COOPEUCH	23	35	lider	30

Solidez Financiera – Top 35



2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024
1	Banco de Chile	1	8	BHP	8	15	LATAM AIRLINES	19	22	carozzi	-	29	e	21
2	COPEC	2	9	AngloAmerican	5	16	BancoEstado	16	23	AGUAS andinas.	27	30	METRO DE SANTIAGO	-
3	ANTOFAGASTA MINERALS	3	10	SQM Soluciones para el desarrollo humano	9	17	Coca-Cola	15	24	f	25	31	COLUN	18
4	cmpe	4	11	mercado libre	11	18	JUMBO	-	25	CSAV	-	32	lider	23
5	Bci	6	12	CODELCO	12	19	CCU	13	26	AFP HABITAT Seguridad y Confianza	22	33	Teck	26
6	Santander	7	13	AGROSUPER	17	20	Colbun	-	27	ParqueArauco Mucho más que comprar	20	34	mallplaza	-
7	cencosud	10	14	arauco	14	21	Nestlé	-	28	COOPEUCH	24	35	enel	28

Marcas Emergentes – Top 30



2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024	2025		2024
1		2	8	 Fintual	6	15		14	22		20	29		-
2		5	9		25	16	 Global66	22	23		-	30		29
3		1	10		12	17		21	24		23			
4		9	11		8	18		13	25		30			
5		10	12		-	19		16	26		24			
6		3	13		11	20		17	27		27			
7		7	14		15	21		18	28		-			

Ejecutivas destacadas por impulsar empresas / marcas ciudadanas

1

2



Rosario Navarro

Sofofa

2

1



Alejandra Mustakis

Medular, Kael,
If, 1ko

3

-



Susana Jiménez

CPC

4

3



Paulina Yazigi

Asociación AFP

5

-



Isabella Luksic

Fundación
Luksic

Lugar
2025

Lugar
2024

Ejecutivas destacadas por impulsar empresas / marcas ciudadanas

6

-



Rosa
Devés

U. De Chile

7

-



Carolina
Echenique

Tika

8

7



María Teresa
Vial

CCS

9

-



Marcela
Bravo

Acción
Empresas

10

5



Sandra
Guazzotti

Banco de Chile

11

-



Anita
Holuigue

Banco de Chile

12

-



Denisse
Goldfarb

The People
Future

13

6



Amparo
Cornejo

Teck

14

8



Maia
Hojman

Banco Falabella

15

10



María Teresa
González

Statkraft Chile

16

11



Roberta
Valenca

Amcham

17

9



Gloria
Maldonado

ENAP

18

-



Gabriela
Salvador

Vantrust Capital

19

13



Macarena
Navarrete

EY

20

-



Josefina
Montenegro

Codelco

Ejecutivos destacados por impulsar empresas / marcas ciudadanas

1

2



**Alan
Meyer**

Mercado Libre

2

5



**Holger
Paulmann**

SKY Airline

3

-



**Bernardo
Larraín**

CMPC

4

3



**Matías
Muchnick**

Notco

5

6



**Roberto
Alvo**

Latam Airlines

Ejecutivos destacados por impulsar empresas / marcas ciudadanas

6

-



Ignacio
Yarur

BCI

7

11



Eduardo
Ebersperger

Banco de Chile

8

1



Luis Felipe
Gazitúa

BICE

9

7



Francisco Pérez
Mackenna

Quiñenco

10

-



Ignacio
Cueto

Latam

11

9



Rodrigo
Silva

Coopeuch

12

-



Enrique
Ostalé

Falabella

13

-



Pablo
Granifo

Banco de Chile

14

10



Eduardo
Navarro

Empresas Copec

15

4



Francisco
Ruiz-Tagle

CMPC

16

8



Patricio
Jottar

CCU

17

-



Arturo
Natho

Copec

18

-



Juan
Sutil

Empresas Sutil

19

12



Iván
Arriagada

Antofagasta
Minerals

20

15



Antonio
Büchi

Entel

XVI VERSIÓN | PRIMER SEMESTRE 2025

CONVICCIÓN