

marcas
CIUDADANAS
— CADEM



MARCAS CIUDADANAS

ENTRE LO ESENCIAL Y LO EMERGENTE
PRIMER SEMESTRE 2026



DIARIO FINANCIERO

Deloitte.

ENTRE LO ESENCIAL Y LO EMERGENTE

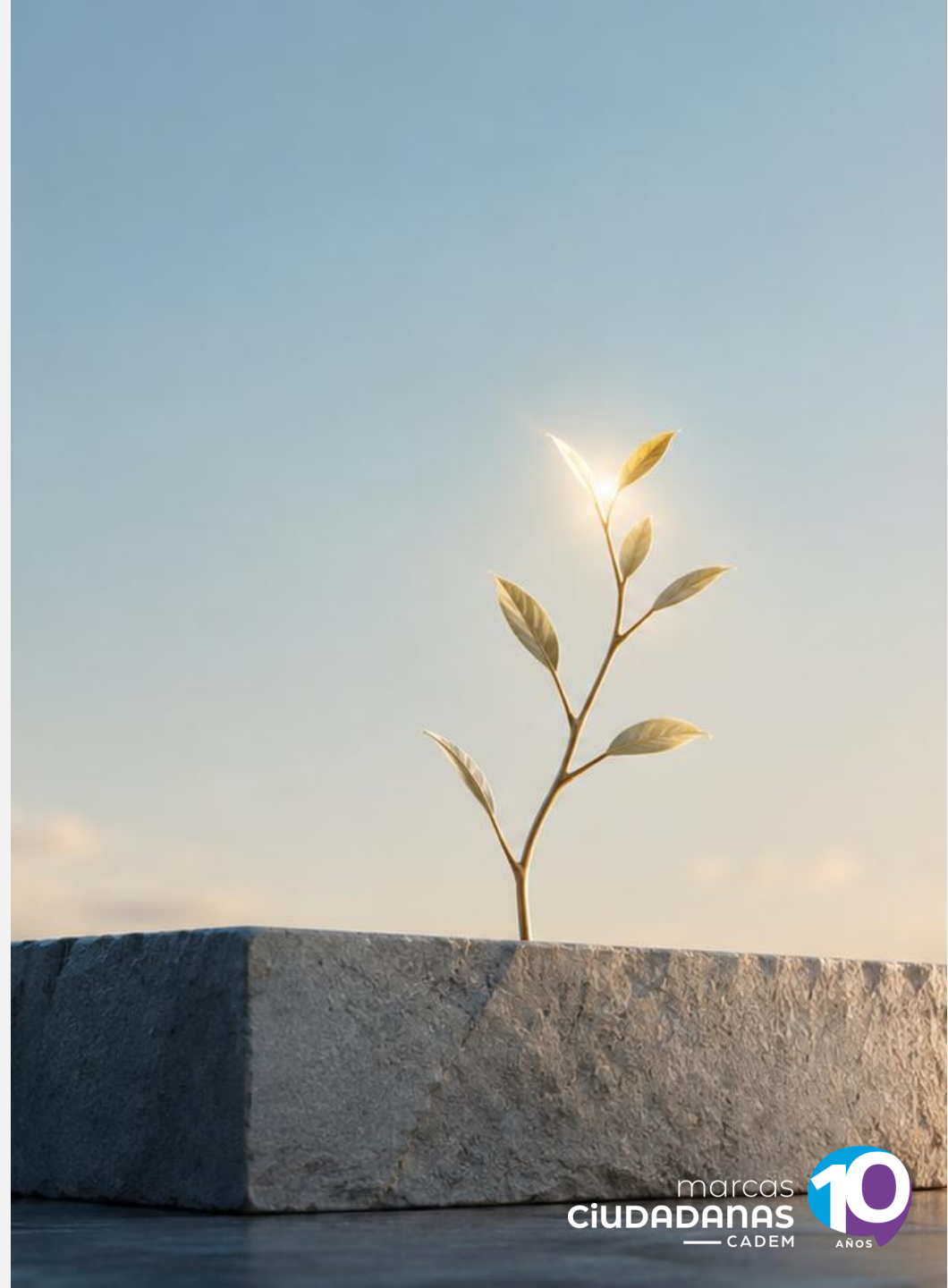
***Las Marcas Ciudadanas no eligen —
sostienen con empatía y transforman con
propósito.***

Primero necesitas que funcione,
que esté, que no falle y que tenga una buena
relación – precio - cañlidad

Eso es lo esencial.

Pero el ser humano también necesita innovar,
asombrarse, crecer, transformarse.

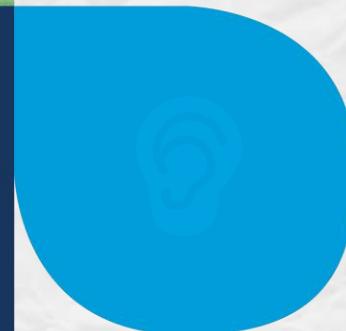
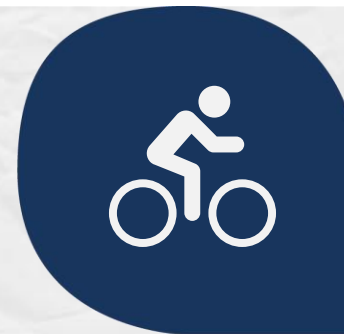
Eso es lo emergente.



¿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**.

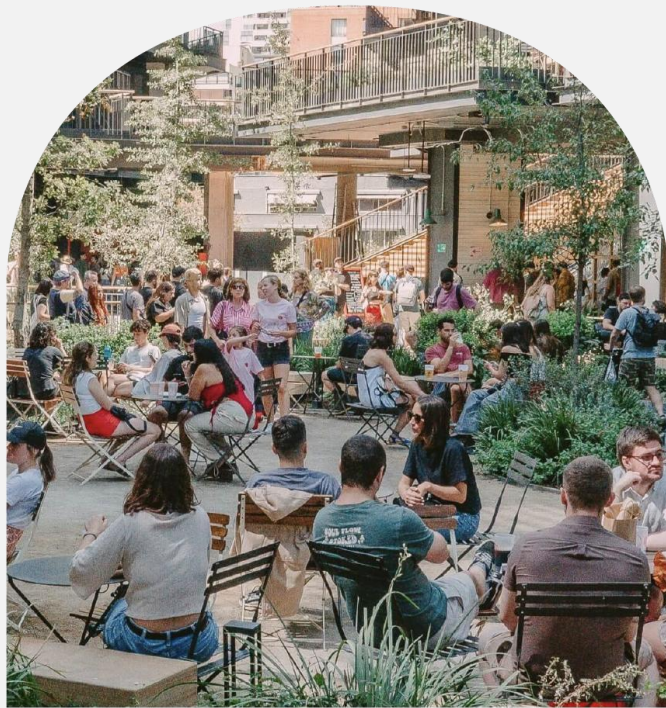
Por esta razón, una Marca Ciudadana tiene una doble identidad, ya que está presente tanto en la sociedad como en la vida diaria de las personas.



¿De qué se trata?



A través de un **propósito claro y consistente** se producen **conexiones relevantes**



Entre las **personas** y las **marcas**



Que **generan valor** para el negocio y la comunidad que la rodea

METODOLOGÍA

18.000

Casos totales

El campo se realizó
entre el 4 y 20 de mayo
de 2026.

600

Encuestados por
marca

Encuesta auto administrada enviada vía mail a panelistas de Cadem Online con edades entre **18 y 70 años**, aplicada en **todo Chile**, en los **NSE C1, C2 y C3D**.

Marcas estudiadas primer semestre 2026



PRESENCIA POSITIVA



Comunicación visible
y memorable



Presente en
el día a día

RELEVANCIA



Estilo



Funcionalidad/
experiencia



Accesibilidad

APORTE



Aporta a la sociedad



Hace el mundo
un mejor lugar

Ranking de **Marcas** **Ciudadanas**

2026-1

42 marcas que destacan del resto.

Desde su propósito logran *hacerse visibles*.

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.



Marcas Ciudadanas 2026 – Primer Semestre – Ranking Global

1		10		19		28		37	
2		11		20		29		38	
3		12		21		30		39	
4		13		22		31		40	
5		14		23		32		41	
6		15		24		33		42	
7		16		25		34			
8		17		26		35			
9		18		27		36			

Ranking global 2026 – Primer Semestre - TOP 80 Marcas

Ranking 2026-I		Ranking 2025-II	Ranking 2026-I		Ranking 2025-II	Ranking 2026-I		Ranking 2025-II	Ranking 2026-I		Ranking 2025-II
1		↑ 11	21		↔ 24	41		↑ 83	61		↓ 55
2		- -	22		↑ 32	42		↑ 52	62		↑ 77
3		↔ 4	23		- -	43		↑ 48	63		↑ 124
4		↑ 10	24		↑ 81	44		- -	64		↔ 62
5		↔ 5	25		↓ 17	45		↔ 43	65		↑ 76
6		↔ 3	26		↓ 19	46		↑ 75	66		↓ 28
7		↓ 2	27		↓ 12	47		↑ 82	67		↓ 51
8		↔ 6	28		↔ 29	48		↔ 45	68		↑ 93
9		↔ 9	29		↓ 18	49		↑ 80	69		↓ 61
10		↑ 23	30		↑ 39	50		↑ 111	70		↔ 71
11		↓ 1	31		↔ 35	51		↑ 110	71		↓ 40
12		↑ 31	32		↔ 30	52		↑ 59	72		↓ 21
13		↔ 16	33		↑ 42	53		↓ 47	73		↓ 60
14		↔ 13	34		↓ 22	54		↑ 64	74		↑ 97
15		↔ 15	35		↓ 25	55		↔ 57	75		- -
16		↔ 14	36		↑ 41	56		↑ 70	76		↔ 79
17		↑ 36	37		↓ 26	57		↓ 38	77		↑ 90
18		↓ 7	38		↓ 27	58		↓ 34	78		- -
19		↔ 20	39		↔ 37	59		↑ 87	79		↓ 44
20		↓ 8	40		↑ 49	60		↑ 65	80		↓ 74

Ranking global 2026 – Primer Semestre - Marca 81 a Marca 160

Ranking 2026-I		Ranking 2025-II	Ranking 2026-I		Ranking 2025-II	Ranking 2026-I		Ranking 2025-II	Ranking 2026-I		Ranking 2025-II
81		↓ 69	101		↓ 53	121		↓ 101	141		↓ 120
82		↓ 66	102		↓ 84	122		↑ 176	142		↑ 158
83		↑ 145	103		↑ 122	123		↓ 58	143		↑ 185
84		↑ 105	104		↑ 121	124		↑ 156	144		↓ 116
85		↓ 67	105		↑ 136	125		↓ 114	145		↓ 103
86		↑ 127	106		↑ 117	126		↓ 107	146		↑ 167
87		↑ 150	107		↑ 152	127		= 126	147		↑ 163
88		↓ 50	108		↓ 98	128		↓ 96	148		↓ 142
89		↓ 54	109		= 106	129		↑ 166	149		↑ 181
90		↑ 99	110		↓ 46	130		↓ 108	150		- -
91		↓ 73	111		↓ 56	131		↑ 148	151		- -
92		↓ 78	112		↑ 161	132		= 132	152		↓ 143
93		↑ 160	113		- -	133		↑ 159	153		↑ 168
94		↓ 33	114		↑ 119	134		↑ 172	154		↓ 149
95		↑ 139	115		↓ 92	135		↑ 191	155		↓ 63
96		= 100	116		↓ 91	136		↓ 95	156		↑ 162
97		↓ 89	117		= 118	137		↑ 152	157		↓ 123
98		- -	118		↓ 86	138		↑ 147	158		↓ 141
99		↑ 137	119		↓ 94	139		↑ 170	159		↑ 171
100		- -	120		↓ 104	140		↓ 128	160		= 157

Ranking global 2026 – Primer Semestre - Marca 161 a Marca 240

Ranking 2026-I		Ranking 2025-II	Ranking 2026-I		Ranking 2025-II	Ranking 2026-I		Ranking 2025-II	Ranking 2026-I		Ranking 2025-II
161		↑ 186	181		- -	201		↓ 154	221		↑ 247
162		↓ 131	182		↓ 68	202		↓ 180	222		↓ 216
163		↑ 188	183		↑ 212	203		↑ 260	223		↓ 204
164		↑ 221	184		↓ 109	204		↓ 165	224		↓ 183
165		↓ 125	185		- -	205		↓ 190	225		= 225
166		= 169	186		↑ 211	206		= 206	226		↓ 220
167		↓ 88	187		↓ 179	207		↓ 173	227		↑ 235
168		↑ 213	188		↓ 134	208		- -	228		↑ 292
169		- -	189		↓ 175	209		↓ 151	229		- -
170		↑ 237	190		↑ 214	210		↓ 115	230		↑ 268
171		↓ 144	191		↓ 177	211		↓ 203	231		- -
172		↓ 133	192		↓ 178	212		↓ 135	232		↓ 223
173		↓ 102	193		↑ 202	213		↓ 194	233		↓ 138
174		↓ 113	194		↓ 140	214		↑ 229	234		- -
175		- -	195		↓ 174	215		↓ 208	235		- -
176		↑ 187	196		↓ 112	216		↓ 164	236		= 240
177		- -	197		↓ 189	217		↓ 129	237		↑ 255
178		↓ 85	198		↓ 155	218		= 215	238		↓ 228
179		↓ 72	199		= 196	219		↓ 199	239		↓ 227
180		↑ 198	200		↓ 193	220		- -	240		↑ 282

Ranking global 2026 – Primer Semestre - Marca 241 a Marca 320

Ranking 2026-I		Ranking 2025-II	Ranking 2026-I		Ranking 2025-II	Ranking 2026-I		Ranking 2025-II	Ranking 2026-I		Ranking 2025-II
241		↓ 197	261		↓ 226	281		↓ 249	301		↑ 322
242		- -	262		↓ 241	282		↓ 262	302		↓ 233
243		= 239	263		↓ 210	283		- -	303		↓ 217
244		↓ 222	264		↓ 232	284		↓ 192	304		↓ 265
245		- -	265		↓ 201	285		↓ 246	305		↓ 231
246		- -	266		↓ 244	286		↓ 270	306		↓ 207
247		↓ 146	267		↓ 259	287		↓ 269	307		↓ 218
248		= 251	268		↑ 273	288		↓ 252	308		- -
249		= 250	269		↓ 224	289		↓ 267	309		- -
250		↓ 130	270		↓ 254	290		↓ 242	310		↓ 300
251		↑ 276	271		↓ 258	291		- -	311		↓ 296
252		↓ 182	272		= 271	292		↓ 248	312		= 312
253		↑ 261	273		↓ 184	293		↓ 236	313		↓ 281
254		↓ 245	274		↓ 234	294		↓ 257	314		↓ 285
255		↓ 205	275		↓ 266	295		↓ 219	315		↑ 323
256		= 253	276		- -	296		↓ 256	316		↓ 280
257		- -	277		↓ 263	297		- -	317		↓ 278
258		↓ 200	278		↓ 209	298		- -	318		↓ 238
259		↓ 230	279		↓ 243	299		↓ 277	319		↓ 283
260		↑ 295	280		- -	300		- -	320		↓ 275

Ranking global 2026 – Primer Semestre - Marca 321 a Marca 385

Ranking 2026-I		Ranking 2025-II	Ranking 2026-I		Ranking 2025-II	Ranking 2026-I		Ranking 2025-II	Ranking 2026-I		Ranking 2025-II
321		↓ 274	341		↓ 297	361		↓ 326	381		↓ 345
322		↓ 302	342		↓ 306	362		- -	382		↓ 343
323		↓ 305	343		↓ 303	363		- -	383		↓ 342
324		- -	344		↓ 287	364		↓ 314	384		↓ 346
325		↓ 320	345		↓ 294	365		↓ 327	385		↓ 348
326		- -	346		↓ 289	366		- -			
327		↓ 286	347		- -	367		↓ 311			
328		↓ 272	348		↓ 284	368		- -			
329		↓ 310	349		- -	369		- -			
330		↓ 288	350		↓ 321	370		↓ 338			
331		↓ 291	351		↓ 309	371		↓ 339			
332		↓ 279	352		↓ 308	372		↓ 329			
333		↓ 264	353		↓ 315	373		↓ 331			
334		↓ 304	354		- -	374		↓ 325			
335		↓ 316	355		↓ 334	375		↓ 335			
336		↓ 293	356		↓ 319	376		↓ 336			
337		↓ 324	357		↓ 330	377		↓ 341			
338		↓ 298	358		↓ 317	378		↓ 347			
339		↓ 307	359		↓ 332	379		- -			
340		↓ 301	360		↓ 333	380		↓ 344			

Marcas Ciudadanas 2026 – I:

Salen, se mantienen y entran



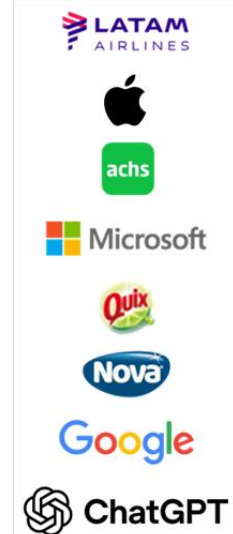
Marcas que salen



Marcas que se mantienen



Marcas que entran



Ganadores por categoría 2026 – 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	Entretenimiento	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	Antigripales
							
Telecomunicaciones	Snack	Tiendas de conveniencia	Transporte	Vestuario y calzado	Perfumería	Grandes Tiendas	Confites
							
Residencias	Herramientas Digitales	Seguridad					
							

Marcas que más suben en categorías esenciales

1 | **Lider** 
Sube 10 puestos

3 |  **METRO**
DE SANTIAGO
Sube 1 puesto

10 |  **SODIMAC**
Sube 13 puestos

13 |  **BancoEstado**
CuentaRUT
Sube 3 puestos

47 | **Red** 
Metropolitana de Movilidad
Sube 35 puestos

49 |  **Lysoform**
Sube 31 puestos

50 |  **easy**
CENCOSUD
Sube 61 puestos

68 |  **LABORATORIOCHILE**
Sube 2 puestos

86 |  **NIVEA**
Sube 41 puestos

93 | **Casaideas**
Sube 67 puestos

105 | **Cuisine & Co** 
Sube 31 puestos

129 | **PAPAJOHNS**
Mejores Ingredientes. Mejor Pizza.
Sube 37 puestos

135 | **H&M**
Sube 56 puestos

Marcas que más suben en categoría emergentes

2 | 
NUEVA

4 |  **mercado libre**
Sube 6 puesto

12 | **SAMSUNG**
Sube 19 puestos

17 |  **mercado pago**
Sube 19 puntos

23 |  **ChatGPT**
NUEVA

24 |  **Microsoft**
Sube 57 puestos

41 | 
Sube 42 puestos

51 | **Uber**
Sube 59 puestos

112 | 
Sube 49 puestos

Marcas Ciudadanas 2026 – I Segmentos – 18 a 34 años

1		10		19		28		37	
2		11		20		29		38	
3		12		21		30		39	
4		13		22		31		40	
5		14		23		32		41	
6		15		24		33		42	
7		16		25		34			
8		17		26		35			
9		18		27		36			

Marcas que no son ciudadanas a nivel total

Marcas Ciudadanas 2026 - I Segmentos – 55 o más años

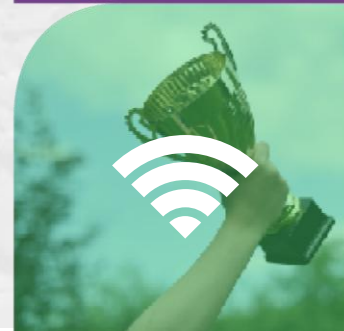
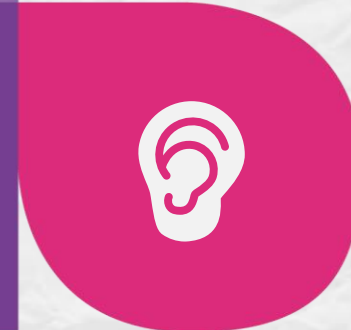
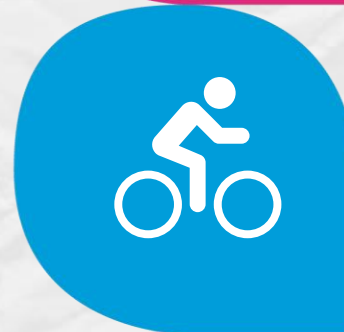
1		10		19		28		37	
2		11		20		29		38	
3		12		21		30		39	
4		13		22		31		40	
5		14		23		32		41	
6		15		24		33		42	
7		16		25		34			
8		17		26		35			
9		18		27		36			

Marcas que no son ciudadanas a nivel total

Zoom a la

Presencia, Relevancia y Aporte

De las marcas



PRESENCIA POSITIVA

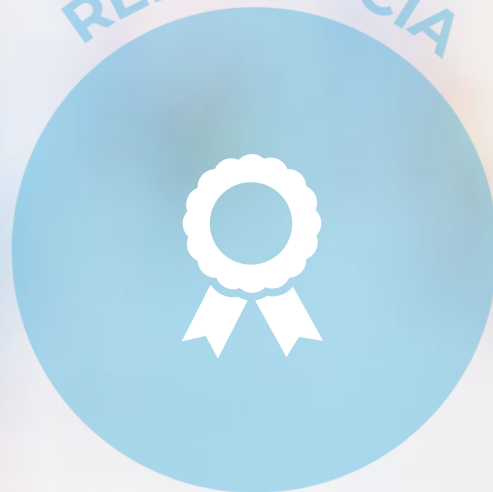


Comunicación visible
y memorable



Presente en
el día a día

RELEVANCIA



APORTE



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

PRESENCIA POSITIVA



RELEVANCIA



APORTE



Estilo




Funcionalidad/
experiencia



Accesibilidad

Relevancia – 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

PRESENCIA POSITIVA



RELEVANCIA



APORTE



Aporta a la sociedad



Hace el mundo
un mejor lugar

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	

Marcas que no son ciudadanas a nivel total

marcas
CIUDADANAS
— CADEM



MARCAS CIUDADANAS

ENTRE LO ESENCIAL Y LO EMERGENTE



DIARIO FINANCIERO

Deloitte.