

# La salud de tu marca

**¿cada cuánto  
tiempo hay que  
hacerse un  
chequeo médico?**

**nunca**

**“la ignorancia  
es una  
bendición”**

**1 vez  
cada  
5 años**

**1 vez  
al año**

**2 veces  
al año**



**nunca**

**“la ignorancia  
es una  
bendición”**

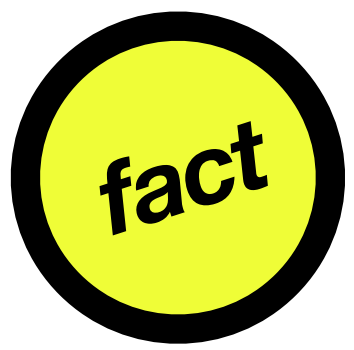
**1 vez  
cada  
5 años**

**1 vez  
al año**

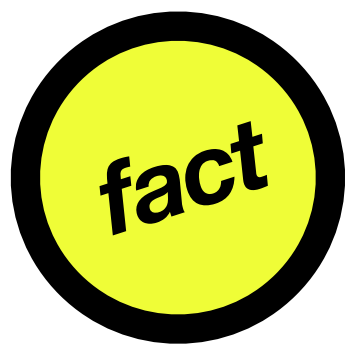
**2 veces  
al año**



**Solo un 30%  
de las  
empresas  
miden la salud  
de su marca\*.**



**Solo un 15%  
de las  
PYMES  
miden la salud  
de su marca\*.**



**"Lo que no se mide,  
no se puede  
mejorar."**

**Peter Drucker**

**Las marcas con alta salud  
generan hasta 2 veces más  
ingresos por cliente que  
las marcas débiles,  
lo que demuestra que el  
valor de marca amplifica  
las ventas.**



**una marca no es...**



**una marca no es un logo**




**una marca no es un producto**



**una marca no es un nombre**

**marca =  
producto + historia + estética**



***No hay nada más poderoso  
que el silencio.***

**¿qué país  
les viene a  
la mente  
cuando  
digo**

**CAFÉ ?**



**Café de Colombia**



**Juan Valdéz**



¿?

**Juan Valdéz**



**“Conchita”**

**ARTESANAL**

**Juan Valdéz**



**“Conchita”**

**CALIDAD**

**¿qué  
marca les  
viene a la  
mente  
cuando  
digo**

**VINO**                      ?

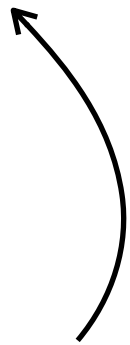




UN VINO TAN ESPECIAL  
QUE ES PROTEGIDO POR EL DIABLO



NPS

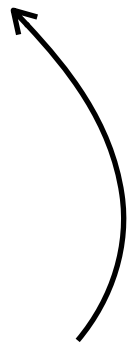


**marca =  
producto + historia + estética**



¿cómo se mide?

NPS



**marca =  
producto + historia + estética**



# 2024 MOST VALUABLE GLOBAL BRANDS

BRAND	BRAND VALUE (US\$M)	BRAND	BRAND VALUE (US\$M)
1 APPLE	1,015,900	51 SAMSUNG	40,074
2 GOOGLE	753,474	52 SPECTRUM	39,933
3 MICROSOFT	712,883	53 SERVICENOW	39,759
4 AMAZON	576,622	54 XBOX	39,722
5 MCDONALD'S	221,902	55 AMERICAN EXPRESS	39,720
6 NVIDIA	201,840	56 L'ORÉAL PARIS	39,510
7 VISA	188,929	57 MERCADO LIBRE	32,831
8 FACEBOOK	166,751	58 HAIER	32,347
9 ORACLE	145,498	59 J.P. MORGAN	32,243
10 TENCENT	135,215	60 UNITEDHEALTHCARE	31,803
11 MASTERCARD	134,251	61 UBER	31,377
12 LOUIS VUITTON	129,857	62 CHASE	31,328
13 INSTAGRAM	113,916	63 CHINA MOBILE	31,017
14 ARAMCO	107,722	64 RBC	31,000
15 COCA-COLA	106,453	65 WELLS FARGO	30,855
16 IBM	98,636	66 TOYOTA	30,243
17 HERMÈS	93,676	67 ICBC	27,734
18 MOUTAI	85,565	68 SIEMENS	27,330
19 ADOBE	84,821	69 BCA	27,152
20 ACCENTURE	81,935	70 ZARA	27,101
21 VERIZON	81,473	71 HUAWEI	26,670
22 AT&T	76,452	72 LOWE'S	26,612
23 NETFLIX	74,919	73 AIRTEL	25,263
24 THE HOME DEPOT	74,712	74 INFOSYS	24,686
25 TELEKOM/T-MOBILE	73,516	75 KFC	24,640
26 TESLA	71,910	76 GUCCI	23,820
27 NIKE	71,616	77 TD	23,747
28 ALIBABA	69,946	78 EXXONMOBIL	23,528
29 WALMART	69,700	79 PAYPAL	23,516
30 STARBUCKS	69,625	80 BMW	23,163
31 YOUTUBE	66,882	81 DELL TECHNOLOGIES	23,138
32 LINKEDIN	65,299	82 COMMBANK	23,127
33 UPS	63,389	83 MERCEDES-BENZ	22,798
34 COSTCO	60,489	84 RED BULL	22,150
35 TIKTOK	60,401	85 FEDEX	21,941
36 CHANEL	60,152	86 IKEA	21,937
37 MARLBORO	57,820	87 NTT	21,565
38 CISCO	56,369	88 VMWARE	21,505
39 SAP	55,670	89 SONY	21,504
40 QUALCOMM	54,739	90 PING AN	21,134
41 AMD	51,860	91 ALDI	21,024
42 SALESFORCE	51,570	92 LULULEMON	20,616
43 INTUIT	51,066	93 VODAFONE	20,429
44 ADP	50,277	94 PINDUODUO	20,369
45 XFINITY	45,515	95 BUDWEISER	20,138
46 TCS	44,790	96 NONGFU SPRING	19,968
47 HDFC BANK	43,260	97 BANK OF AMERICA	19,574
48 INTEL	42,970	98 HSBC	19,563
49 DISNEY	42,639	99 DHL	19,208
50 TEXAS INSTRUMENTS	41,205	100 CORONA	19,043

# 2024 MOST VALUABLE GLOBAL BRANDS

BRAND	BRAND VALUE (US\$M)	BRAND	BRAND VALUE (US\$M)
1 APPLE	1,015,900	51 SAMSUNG	40,074
2 GOOGLE	753,474	52 SPECTRUM	39,933
3 MICROSOFT	712,883	53 SERVICENOW	39,759
4 AMAZON	576,622	54 XBOX	39,722
5 MCDONALD'S	221,902	55 AMERICAN EXPRESS	39,720
6 NVIDIA	201,840		
7 VISA	188,929	57 MERCADO LIBRE	32,831
8 FACEBOOK	166,751		
9 ORACLE	145,498	59 J.P. MORGAN	32,243
10 TENCENT	135,215	60 UNITEDHEALTHCARE	31,803
11 MASTERCARD	134,251	61 UBER	31,377
12 LOUIS VUITTON	129,857	62 CHASE	31,328
13 INSTAGRAM	113,916	63 CHINA MOBILE	31,017
14 ARAMCO	107,722	64 RBC	31,000
15 COCA-COLA	106,453	65 WELLS FARGO	30,855
16 IBM	98,636	66 TOYOTA	30,243
17 HERMÈS	93,676	67 ICBC	27,734
18 MOUTAI	85,565	68 SIEMENS	27,330
19 ADOBE	84,821	69 BCA	27,152
20 ACCENTURE	81,935	70 ZARA	27,101
21 VERIZON	81,473	71 HUAWEI	26,670
22 AT&T	76,452	72 LOWE'S	26,612
23 NETFLIX	74,919	73 AIRTEL	25,263
24 THE HOME DEPOT	74,712	74 INFOSYS	24,686
25 TELEKOM/T-MOBILE	73,516	75 KFC	24,640
26 TESLA	71,910	76 GUCCI	23,820
27 NIKE	71,616	77 TD	23,747
28 ALIBABA	69,946	78 EXXONMOBIL	23,528
29 WALMART	69,700	79 PAYPAL	23,516
30 STARBUCKS	69,625	80 BMW	23,163
31 YOUTUBE	66,882	81 DELL TECHNOLOGIES	23,138
32 LINKEDIN	65,299	82 COMMBANK	23,127
33 UPS	63,389	83 MERCEDES-BENZ	22,798
34 COSTCO	60,489	84 RED BULL	22,150
35 TIKTOK	60,401	85 FEDEX	21,941
36 CHANEL	60,152	86 IKEA	21,937
37 MARLBORO	57,820	87 NTT	21,565
38 CISCO	56,369	88 VMWARE	21,505
39 SAP	55,670	89 SONY	21,504
40 QUALCOMM	54,739	90 PING AN	21,134
41 AMD	51,860	91 ALDI	21,024
42 SALESFORCE	51,570	92 LULULEMON	20,616
43 INTUIT	51,066	93 VODAFONE	20,429
44 ADP	50,277	94 PINDUODUO	20,369
45 XFINITY	45,515	95 BUDWEISER	20,138
46 TCS	44,790	96 NONGFU SPRING	19,968
47 HDFC BANK	43,260	97 BANK OF AMERICA	19,574
48 INTEL	42,970	98 HSBC	19,563
49 DISNEY	42,639		
50 TEXAS INSTRUMENTS	41,205	100 CORONA	19,043



# 4 TERMÓMETROS

**1. RECONOCIMIENTO**

**2. SIGNIFICADO**

**3. AFECTO**

**4. VALOR**



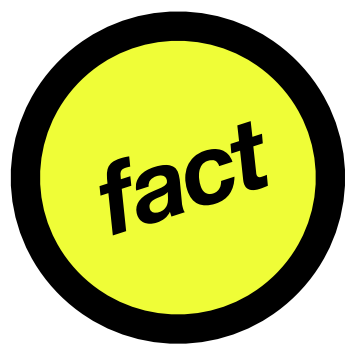
# 1. RECONOCIMIENTO

**¿ME CONOCES?**

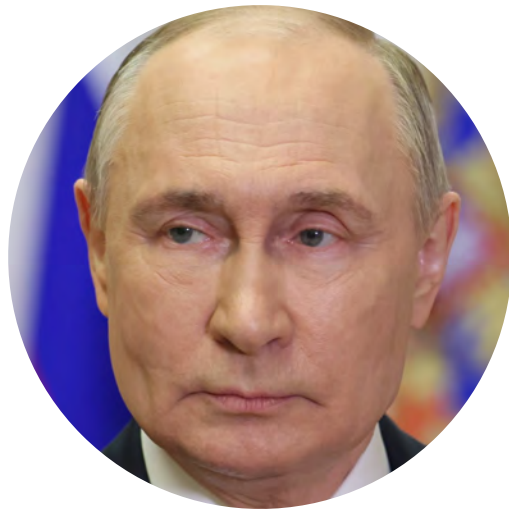
**TOP OF MIND**

**BRAND AWARENESS**





**Las marcas que lideran en TOM tienen un 45% más de probabilidad de ser compradas en comparación con marcas menos recordadas.**



**TOP OF MIND**  
**Ser muy  
conocido no  
necesariamente  
es sinónimo de  
ser bueno.**



**TOP OF MIND**  
**Ser muy  
conocido no  
necesariamente  
es sinónimo de  
ser bueno.**



**TOP OF MIND**  
**Ser muy  
conocido no  
necesariamente  
es sinónimo de  
ser bueno.**



## 2. SIGNIFICADO

**¿A QUÉ ME ASOCIAS?**

**NUBE DE CONCEPTOS**





Precio normal \$9.200  
 Precio Promoción \$9.200



Precio normal \$9.200

Precio Promoción \$9.200



Precio normal \$9.200

Precio Promoción \$9.200



Precio normal \$9.200

Precio Promoción \$9.200

### NIU PARA 4 EXTRA (3 a 4 Personas)

Empanaditas de camarón (5 unidades)  
 Camarón, queso mantecoso, cebollín  
 Tori Tempura (8 bocaditos)  
 Camarón, queso crema, cebollín  
 Pollo Teriyaki, patata envuelto en panko  
 Tori Roll (8 bocaditos)  
 Pollo, teriyaki, patata envuelto en panko  
 Tori Roll (8 bocaditos)  
 Pollo, teriyaki, patata envuelto en panko  
 Tori Roll (8 bocaditos)  
 Pollo, teriyaki, patata envuelto en panko

### NIU PARA 6 (6 a 7 Personas)

Tori Crispy (8 bocaditos)  
 Pollo con queso crema, cebollín, env  
 Tempura Ebi Cheese (8 bocaditos)  
 Camarón, queso crema, almendra, testadas,  
 masa tempura  
 Almond Furai (8 bocaditos)  
 Pollo, queso crema, almendra, testadas,  
 Almond Furai (8 bocaditos)  
 Pollo, queso crema, almendra, testadas,  
 Almond Furai (8 bocaditos)  
 California Tempura (8 bocaditos)  
 Salmon, queso crema, cebollín, envuelto  
 en masa tempura

### NIU PARA 8 (8 a 10 Personas)

Tori Crispy (8 bocaditos)  
 Pollo con queso crema, cebollín, env  
 Tempura Ebi Cheese (8 bocaditos)  
 Camarón, queso crema, almendra, testadas,  
 masa tempura  
 Almond Furai (8 bocaditos)  
 Pollo, queso crema, almendra, testadas,  
 Almond Furai (8 bocaditos)  
 Pollo, queso crema, almendra, testadas,  
 Almond Furai (8 bocaditos)  
 California Tempura (8 bocaditos)  
 Salmon, queso crema, cebollín, envuelto  
 en masa tempura

La carta más variada de sushi en Santiago  
**NIU**  
 SUSHI BAR & DELIVERY

50%  
 Descuento



Ebi Fish Tempura

Frescura Sagrada

www.niusuhi.cl  
**Red compra**  
 También a domicilio





## Frescura Sagrada

50%  
Descuento

NUEVO

### Ebi Fish Tempura

Camarón, queso crema, envuelto en panko, cubierto con pescado furai, salsa Niu, limón sutil y chichimi.

\$ 9.800

\$ 4.900



**NIU**  
SUSHI BAR & DELIVERY



precio normal \$9.200 **precio promoción \$9.200**

precio normal \$9.200

**rainbow roll**  
salmón, aguacate, queso, mayonesa, pepino, cebolla, enrollado en palta

**NIU PARA 4 EXTRA**  
(3 a 4 personas)  
Empanaditas de camarón (5 unidades)  
Camarón, queso mantecoso, cebollín

**Tori Tempura** (8 bocaditos)  
Camarón, queso, crema, cebollín, envuelto en pollo apamado en panko

**Tori Roll** (8 bocaditos)  
Pollo, teriyaki, palta, envuelto en salmón, mixto o crispy

**Tori Roll** (8 bocaditos)  
Pollo, teriyaki, palta, envuelto en salmón, mixto o crispy

**NIU PARA 4**  
Tori Crispy  
Pollo, queso, palta y queso

**Tempura**  
Camarón, queso, crema, cebollín, envuelto en pollo apamado en panko



**radiocarolina y niusushi**



Audio original



**radiocarolina** 🎉🌟🌟 ¡Niu Sushi cumple 15 años de frescura sagrada!

🍣👤  
¡Descarga la App Niu y celebremos juntos el sushi más pedido de Chile! 🎉  
¡No te lo pierdas! 📲 @niusushi

31 sem



28 sem Responder



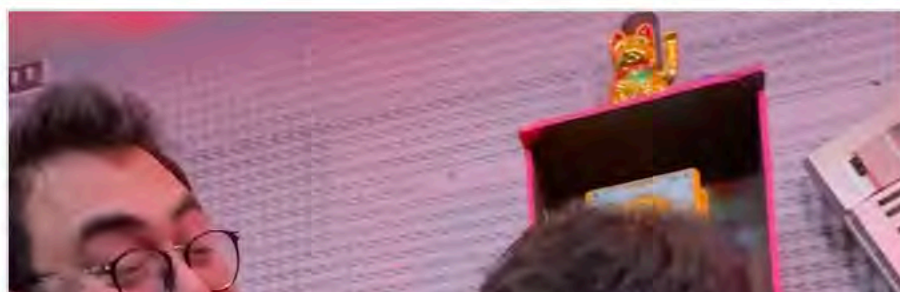
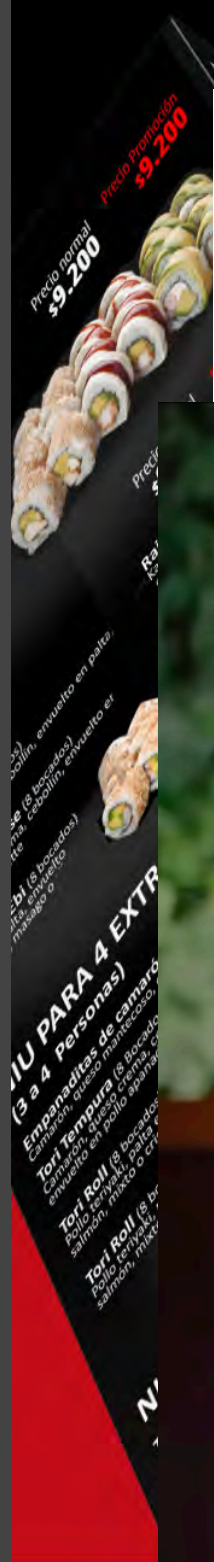
**132 Me gusta**

30 de septiembre de 2024

Entra para indicar que te gusta o comentar.

**NIU**  
SUSHI BAR & DELIVERY





radiocarolina y niusushi

Audio original



radiocarolina 🌟🌟🌟🌟🌟 :Niu Sushi



30 de septiembre de 2024

Entra para indicar que te gusta o comentar.





# 3. AFECTO

**¿ME QUIERES?**

**ECUALIZADOR  
DE MARCA**







**¿EXISTE EL ODIO HACIA LAS MARCAS?**

The logo consists of a solid red square. Inside the square, the text "AFP" is written in a small, white, sans-serif font. Below "AFP", the words "PlanVital" are written in a larger, white, sans-serif font, with "Plan" and "Vital" joined together.

AFP  
PlanVital

**¿EXISTE EL ODIO HACIA LAS MARCAS?**



# ¿EXISTE EL ODIO HACIA LAS MARCAS?



**¿EXISTE EL AMOR HACIA LAS MARCAS?**



**¿EXISTE EL AMOR HACIA LAS MARCAS?**



# La gestión emocional de las marcas en tiempos de polarización

El desarrollo de las redes sociales y plataformas digitales ha intensificado la polarización emocional y cambiado profundamente la relación entre consumidores y marcas. El "ecualizador emocional de marca" que presentamos aborda las palancas de ese vínculo y puede servir de base para reforzar la salud de marca en un entorno competitivo cada vez más inestable.

**Luciano Castellucci**

Profesor asociado en la Universidad Adolfo Ibáñez

**Consuelo Valenzuela**

Fundadora y directora ejecutiva de Rubik Deep Thinking Research

**Andrés Cúneo**

Profesor titular en Esade Business School y profesor asociado en la Universidad Adolfo Ibáñez

**TRAYECTORIA      RELATO      ESTÉTICA**

**TRAYECTORIA      RELATO      ESTÉTICA**



TRAYECTORIA	RELATO	ESTÉTICA
-------------	--------	----------

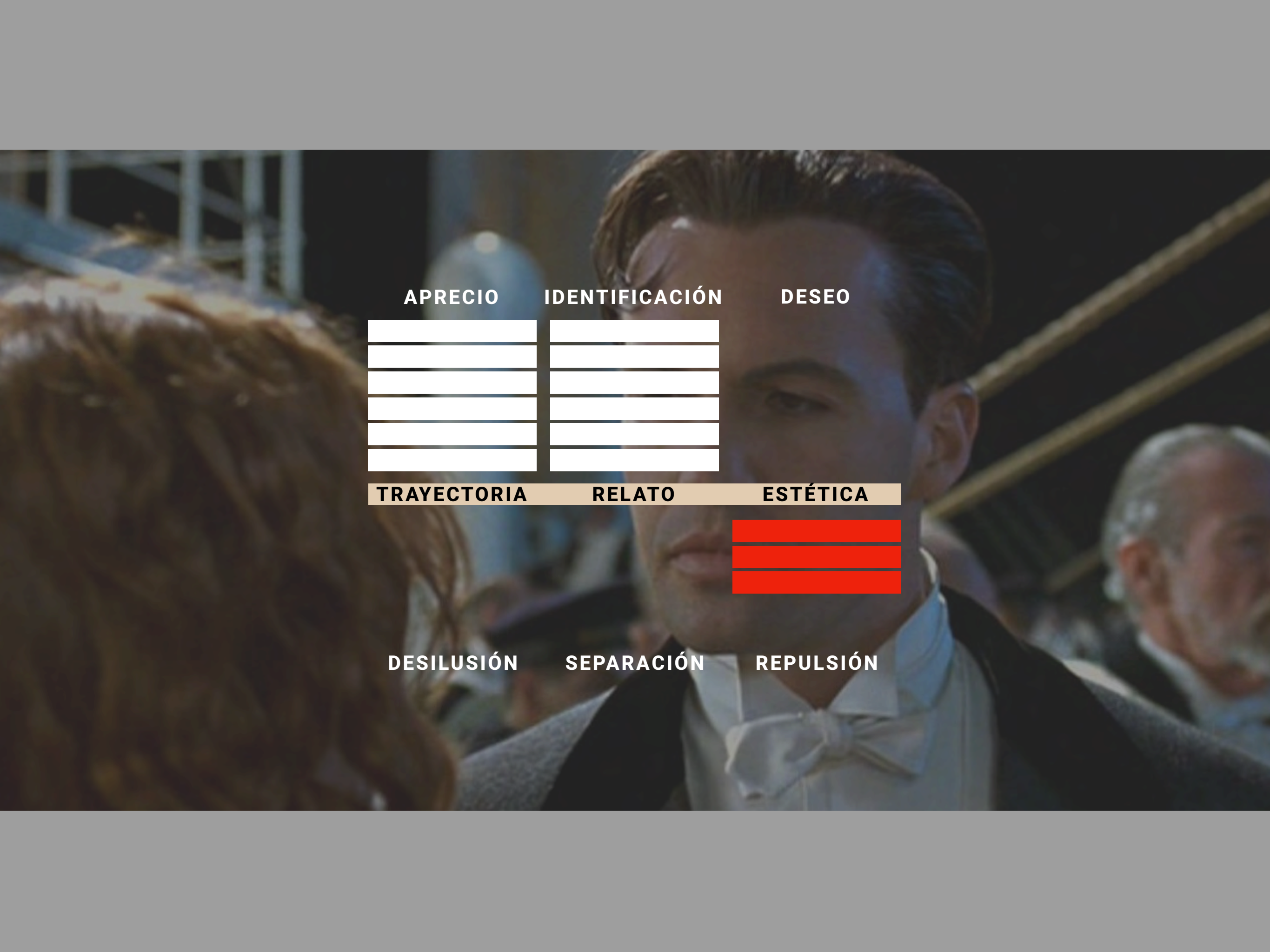
TRAYECTORIA	RELATO	ESTÉTICA
-------------	--------	----------

**TRAYECTORIA      RELATO      ESTÉTICA**









APRECIO


IDENTIFICACIÓN


DESEO

TRAYECTORIA

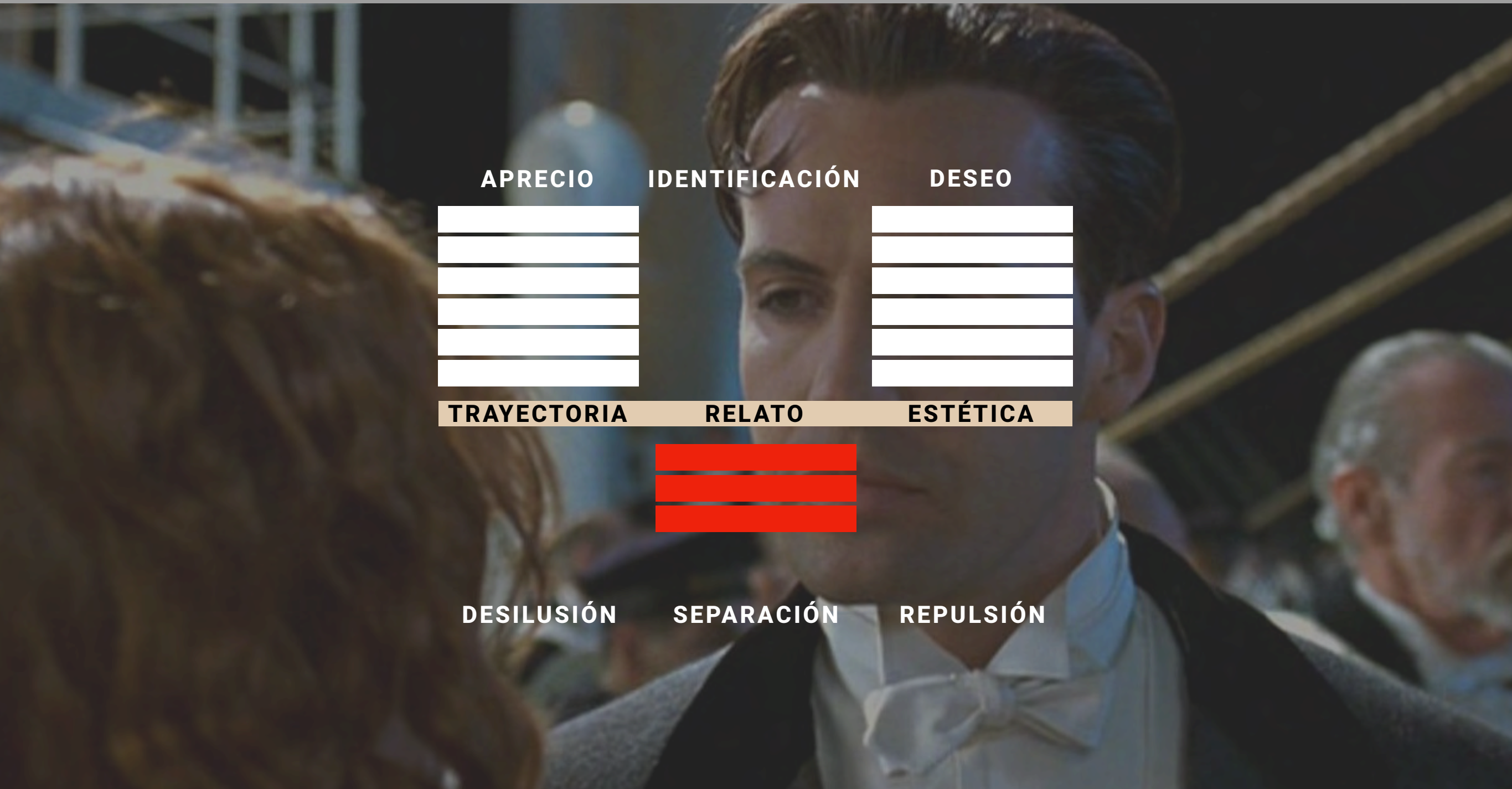
RELATO

ESTÉTICA


DESILUSIÓN

SEPARACIÓN

REPULSIÓN



APRECIO


IDENTIFICACIÓN

DESEO


TRAYECTORIA

RELATO

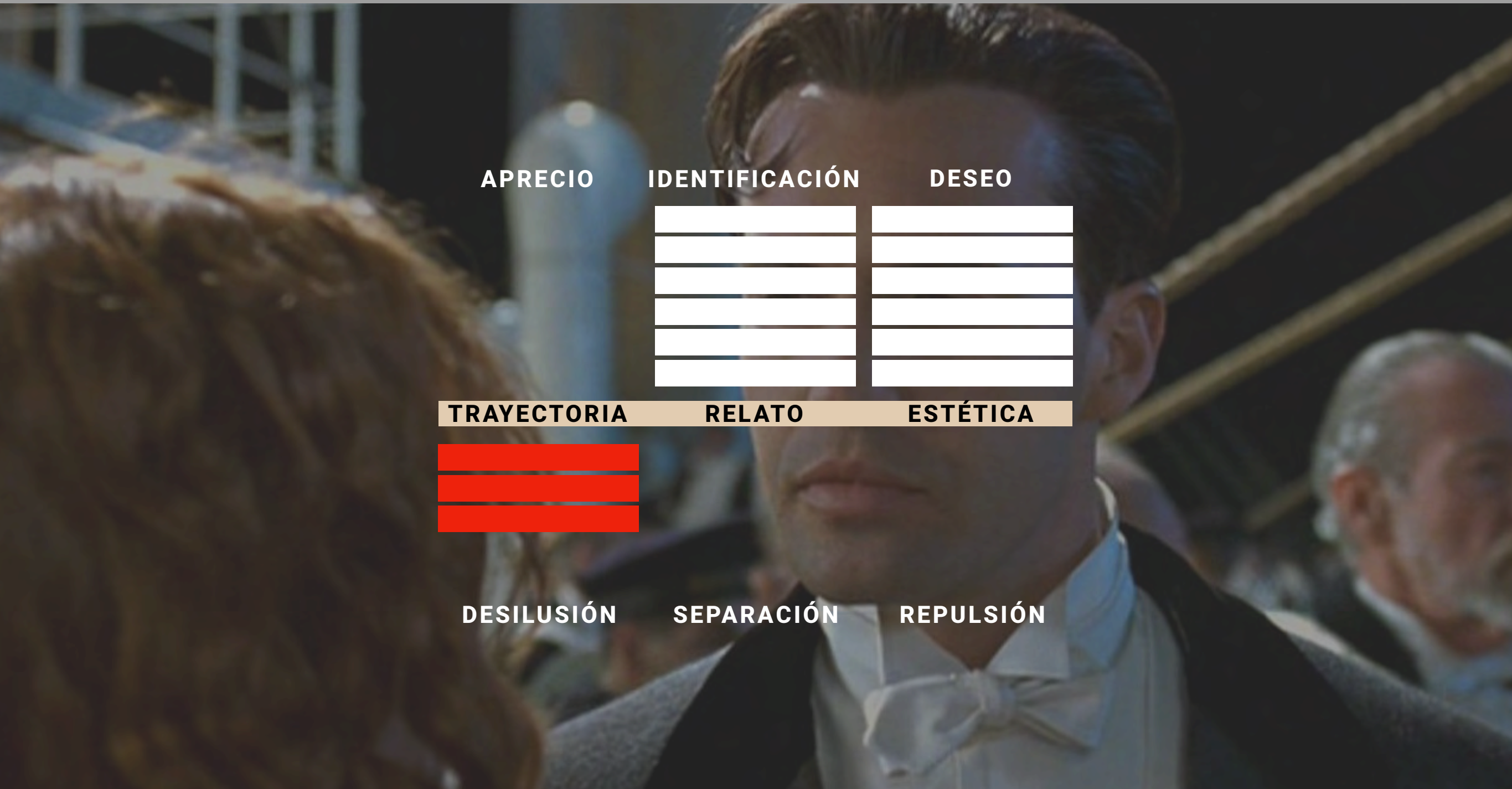
ESTÉTICA


DESILUSIÓN

SEPARACIÓN

REPULSIÓN





APRECIO

IDENTIFICACIÓN

DESEO



TRAYECTORIA

RELATO

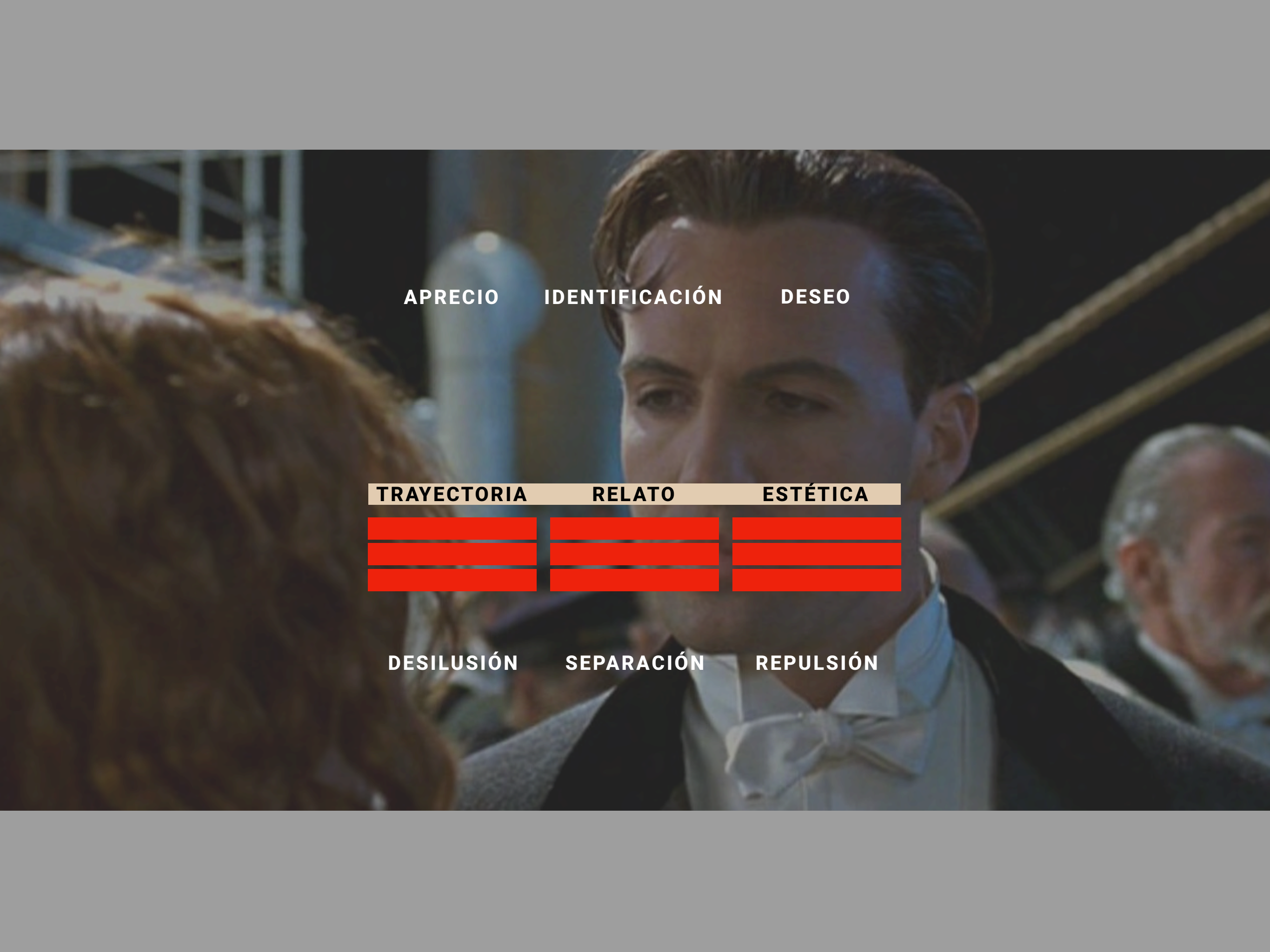
ESTÉTICA


DESILUSIÓN

SEPARACIÓN

REPULSIÓN





APRECIO

IDENTIFICACIÓN

DESEO

TRAYECTORIA

RELATO

ESTÉTICA

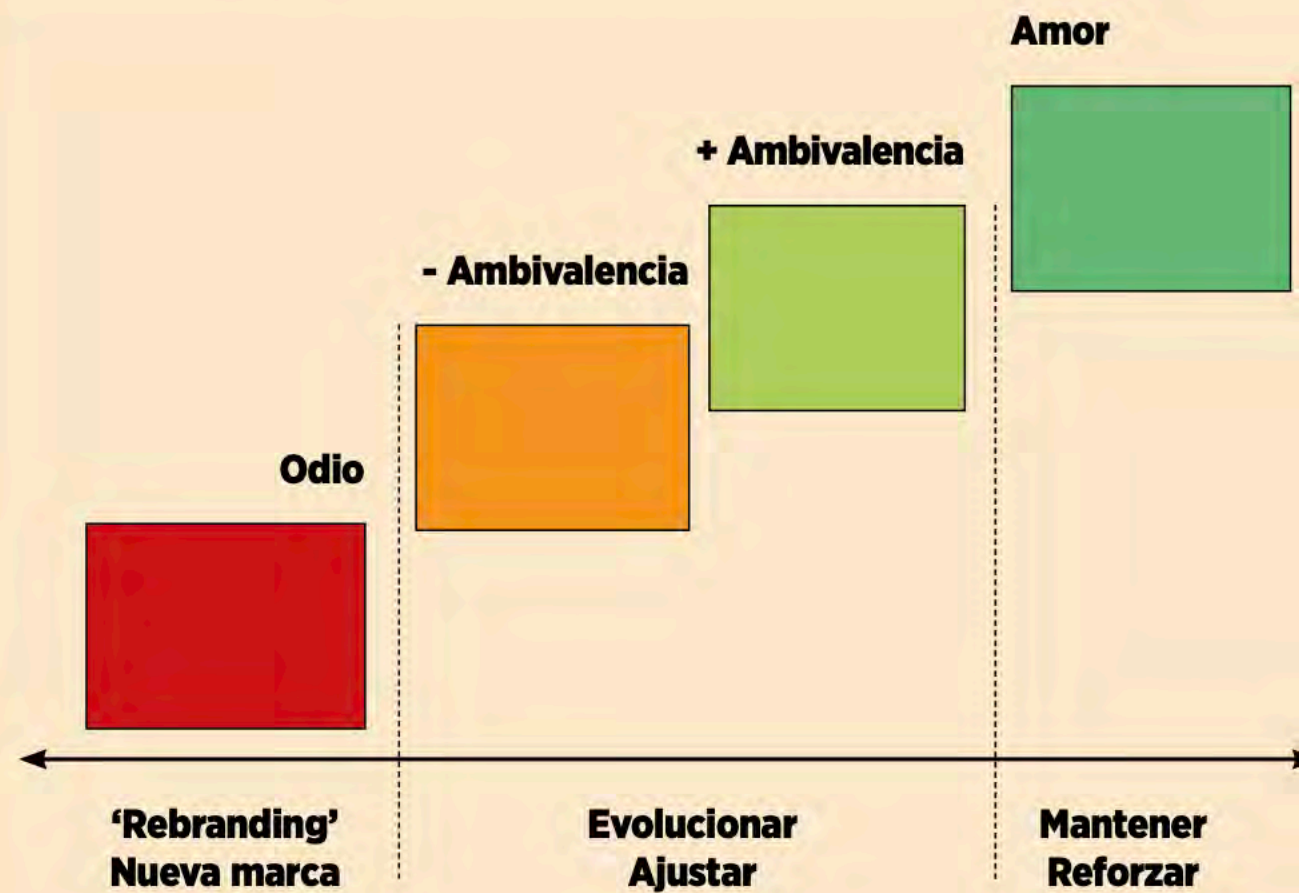



DESILUSIÓN

SEPARACIÓN

REPULSIÓN

## Tipo de intervención necesaria según la salud emocional de la marca



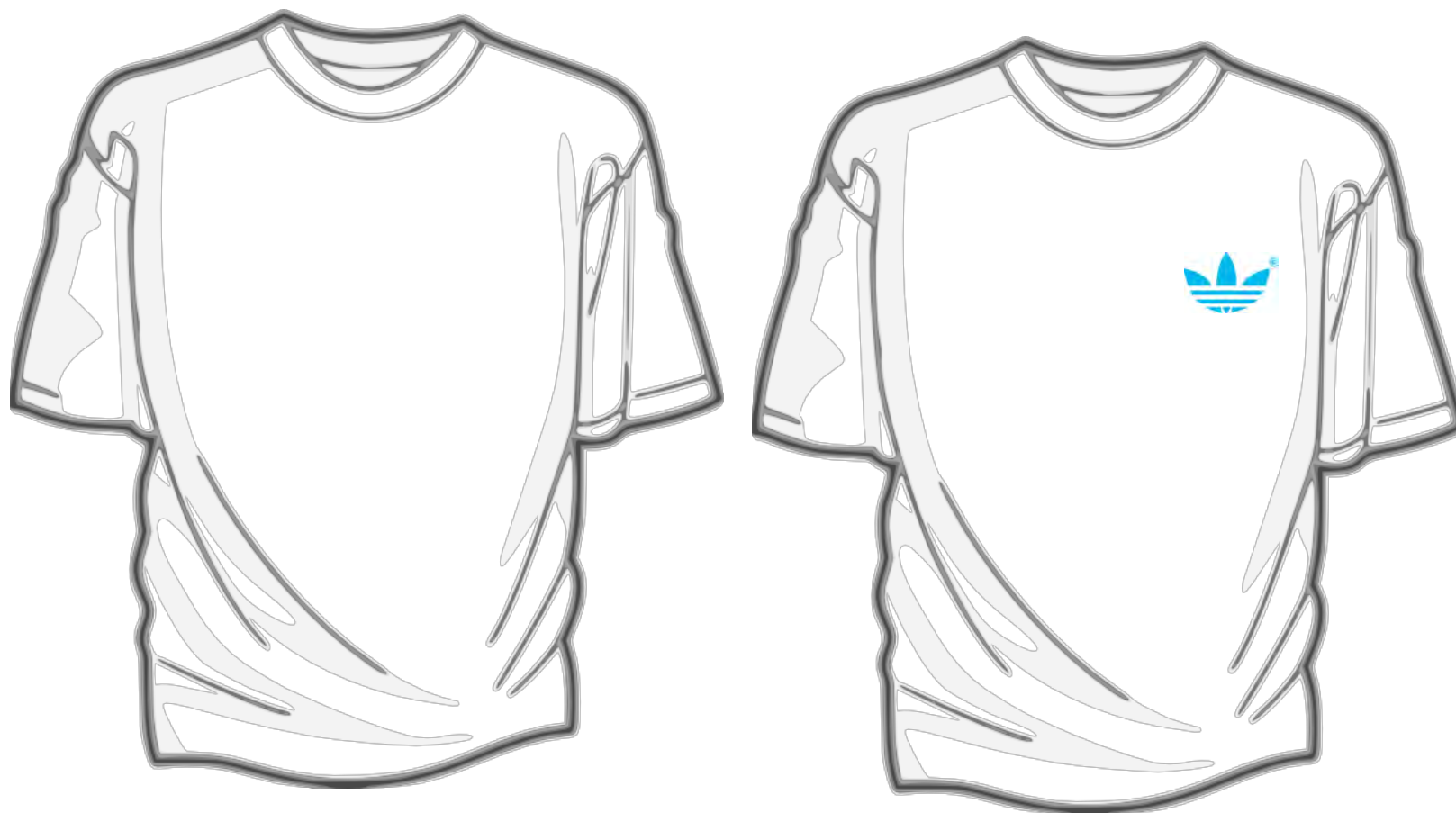
# 4. VALOR

**¿CUÁNTO VALGO?**

**DISPOSICIÓN A PAGAR**













**boliviano**

**uruguayo**

**argentino**

**chileno**

**francés**



**boliviano**



**uruguayo**

**argentino**

**chileno**

**francés**





**boliviano**



**uruguayo**



**argentino**

**chileno**

**francés**



**boliviano**



**uruguayo**



**argentino**



**chileno**

**francés**



**boliviano**



**uruguayo**



**argentino**



**chileno**



**francés**



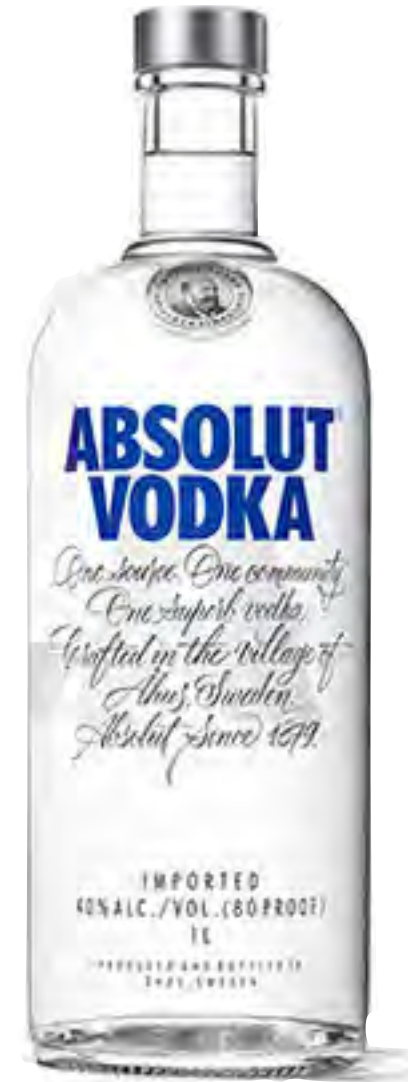
VS





**USD 12**

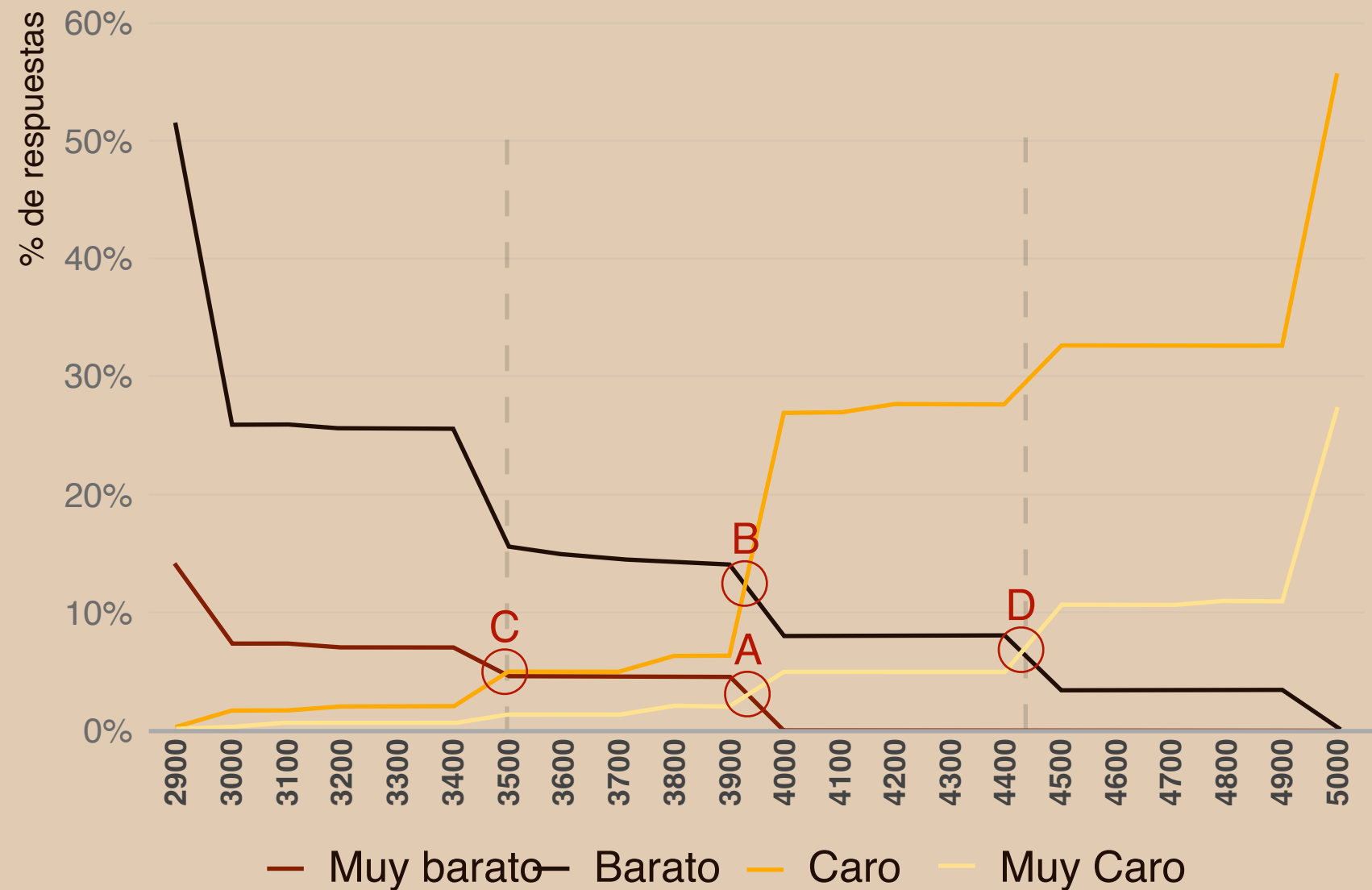
**VS**



**USD 18**

**“la marca es un gel  
invisible que se le pone a  
un producto con el fin de  
cobrar más caro”**





## Resultados

- A) OPTIMO = \$3.940
- B) INDIFERENTE = \$3.960
- C) LÍMITE INFERIOR = \$3.500
- D) LÍMITE SUPERIOR = \$4.450

## una fórmula

$\Delta$  Precio entre marca y genérico

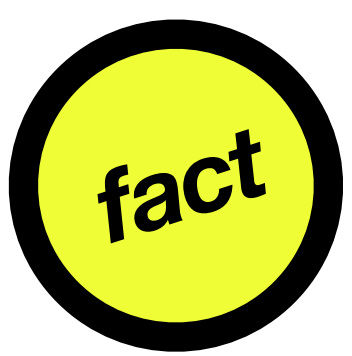


$\Delta$  Gross Mg entre marca y genérico x Q



VPN (Gross Mg)





**Las marcas  
saludables entregan  
un premium price de  
6-13% y reducen la  
elasticidad precio.**



# 4 TERMÓMETROS

**1. RECONOCIMIENTO**

**2. SIGNIFICADO**

**3. AFECTO**

**4. VALOR**



**INVIER TAN EN  
MEDIR EL  
ACTIVO MÁS  
IMPORTANTE  
DEL NEGOCIO**

**está todo bien**

**gracias**