

**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

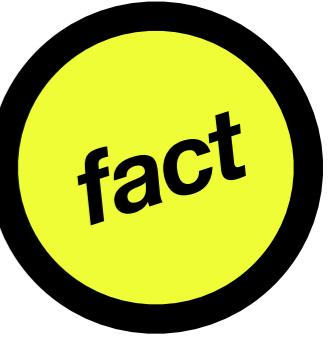
"la ignorancia
es una
bendición"

**1 vez
cada
5 años**

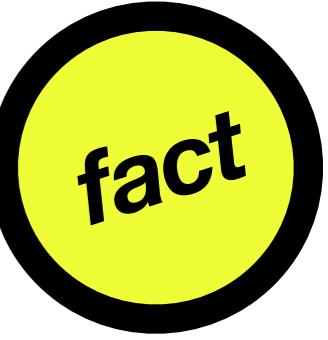
**1 vez
al año**

**2 veces
al año**





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



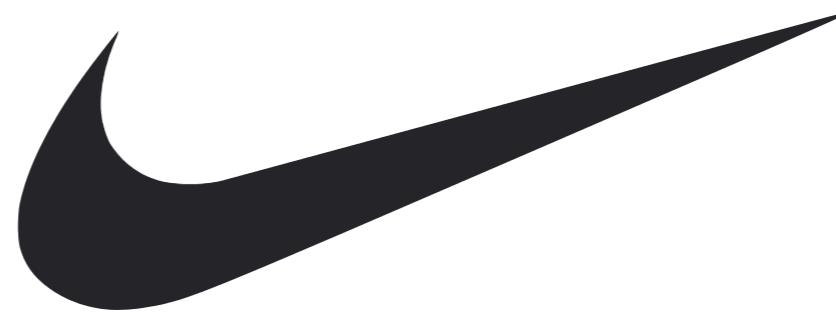
**Solo un 15%
de las
PYMES
miden la salud
de su marca*.**

**"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**

A man with a beard and long hair, wearing a dark shirt, looks upwards with a serious expression.

No hay nada más poderoso
que la fe en el Señor

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

CAFÉ ?



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

4 TERMÓMETROS

- 1. RECONOCIMIENTO**
- 2. SIGNIFICADO**
- 3. AFECTO**
- 4. VALOR**



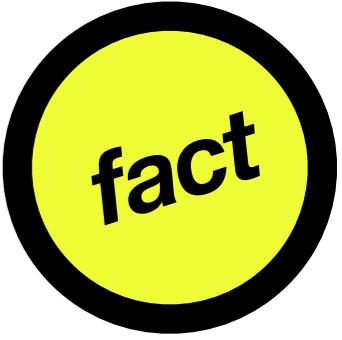
1. RECONOCIMIENTO

¿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.



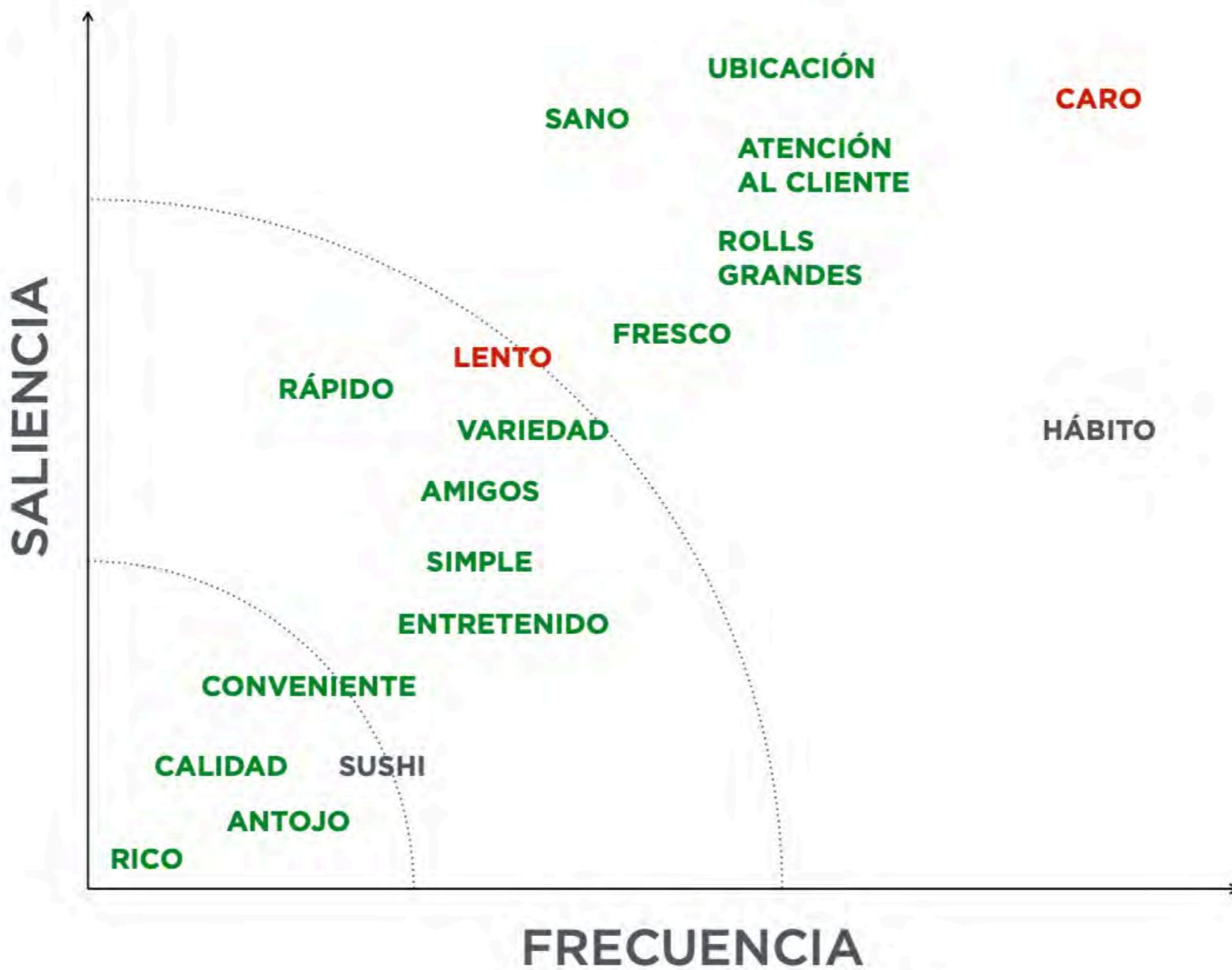
TOP OF MIND
Ser muy
conocido no
necesariamente
es sinónimo de
ser bueno.

2. SIGNIFICADO

¿A QUÉ ME ASOCIAS?

NUBE DE CONCEPTOS









Frescura Sagrada

50% Descuento

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

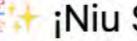
\$ 9.800
\$ 4.900

Frescura Sagrada

NIU
SUSHI & COCKTAILS



 radiocarolina y niusushi
Audio original

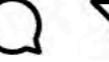
 radiocarolina  ¡Niu Sushi cumple 15 años de frescura sagrada!

¡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 PARA 4 EXTRA

Precio normal \$9.200 Precio Promoción \$9.200

NIU a 4 Personas

Empanaditas de camarón

Tori Tempura queso mantecoso

Camarón en salsa crema

Tori Roll 8 bocados

Tori Roll salmon mixto o crujiente

Tori Roll salmon mixto

Tan sagrada como nuestra frescura.

radiocarolina y niusushi
Audio original

radiocarolina NiU Sushi

NIU SUSHI BAR & DELIVERY®

30 de septiembre de 2024

Entrá para indicar que te gusta o comentar.

NIU SUSHI BAR & DELIVERY®



3. AFECTO

¿ME QUIERES?

**ECUALIZADOR
DE MARCA**





¿EXISTE EL ODIO HACIA LAS MARCAS?



¿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

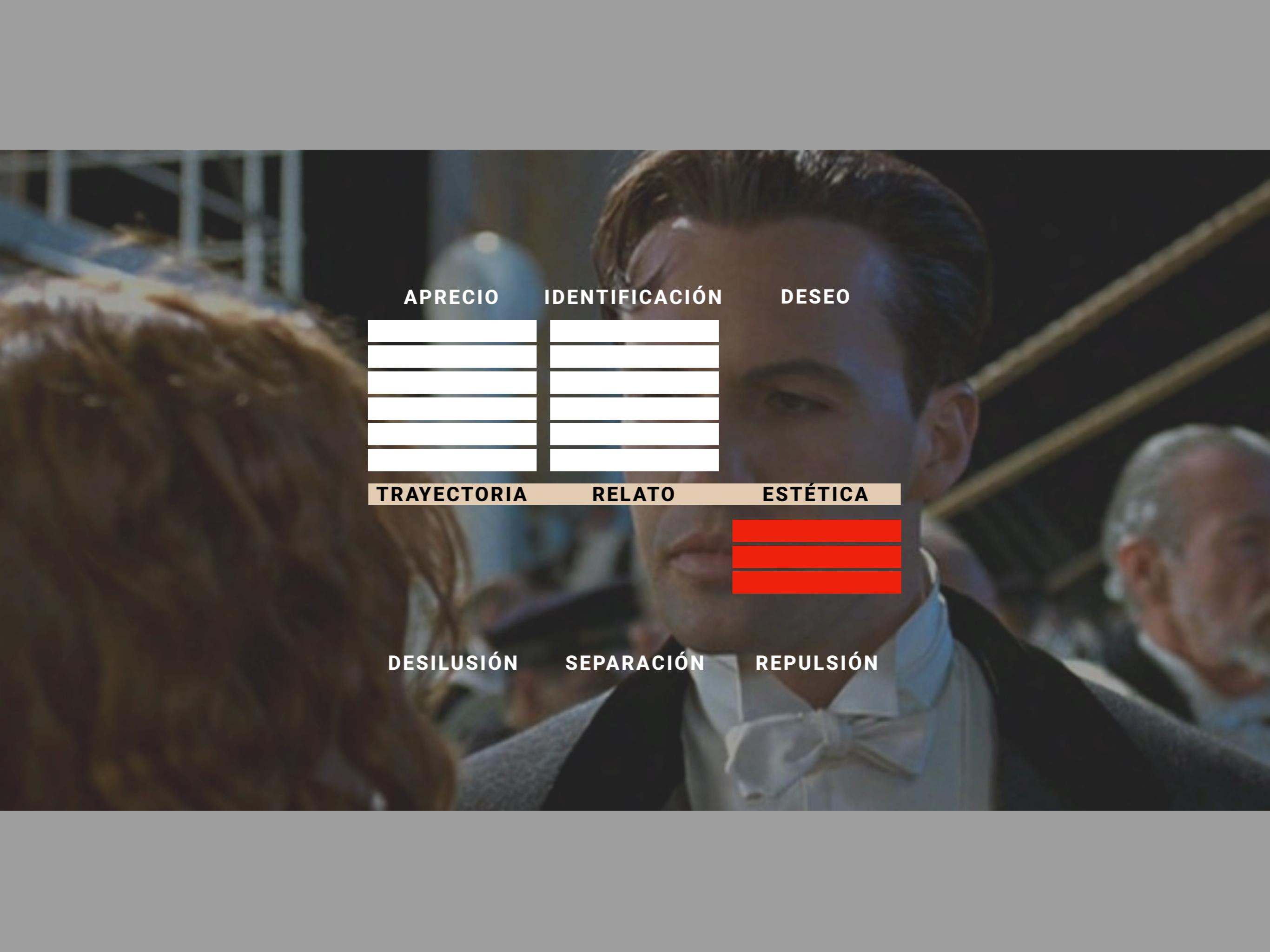
TRAYECTORIA

RELATO

ESTÉTICA



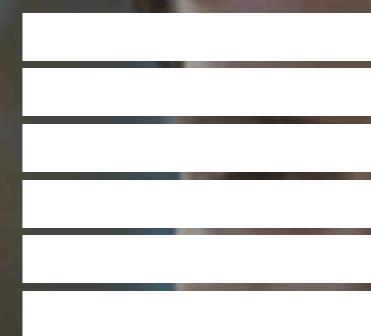
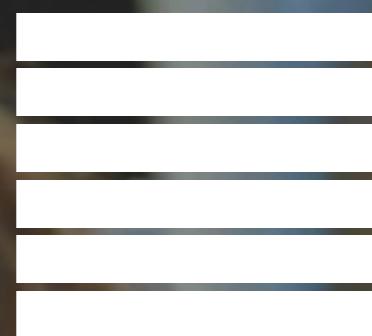


A man with dark hair and a light beard is looking at a painting in a museum. He is wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt. In the background, another person's head is visible. The lighting is dramatic, with strong highlights and shadows.

APRECIO

IDENTIFICACIÓN

DESEO



TRAYECTORIA

RELATO

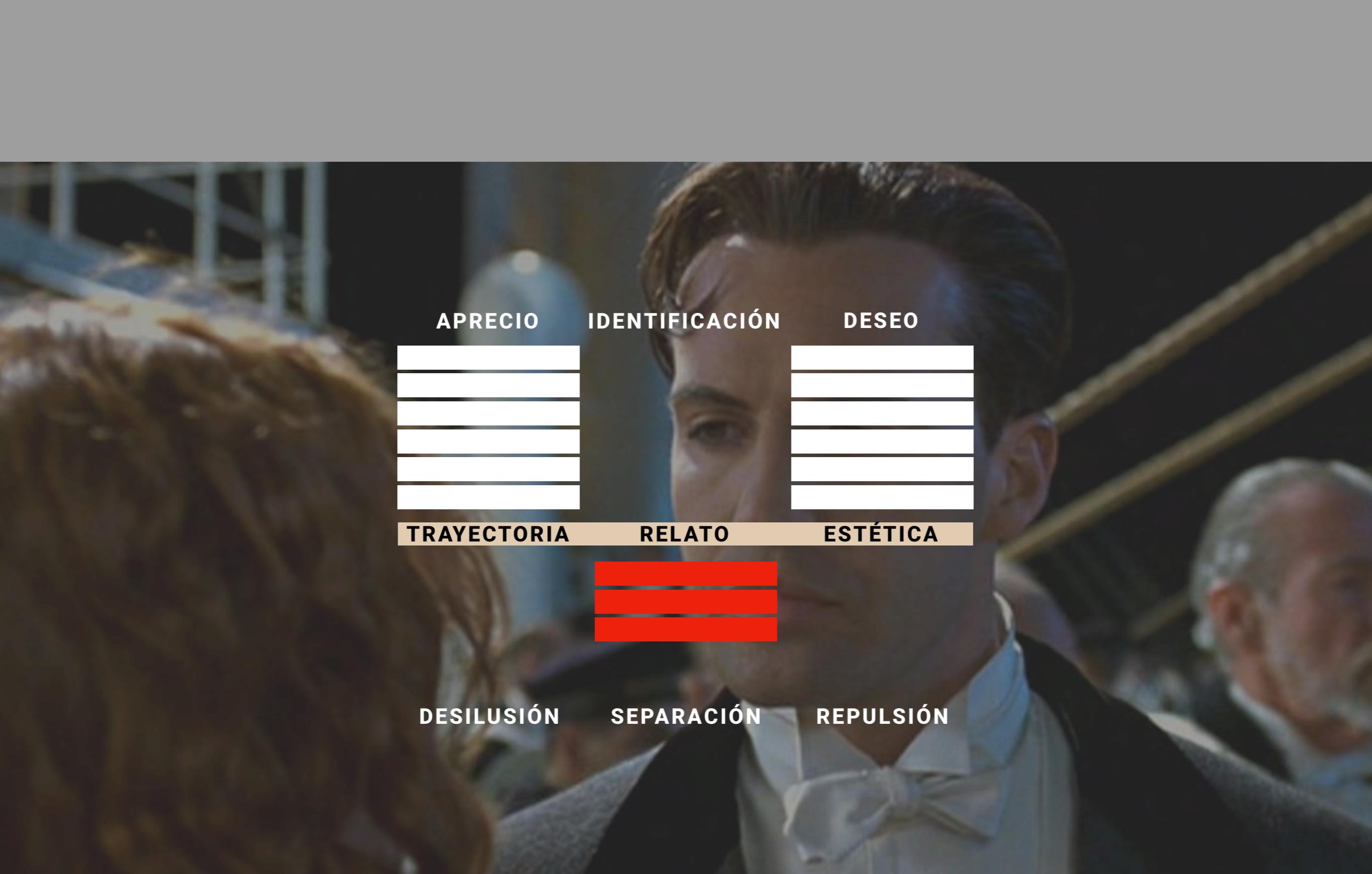
ESTÉTICA



DESILUSIÓN

SEPARACIÓN

REPULSIÓN



APRECIO

| |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |
| |

IDENTIFICACIÓN

DESEO

| |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |
| |

TRAYECTORIA

RELATO

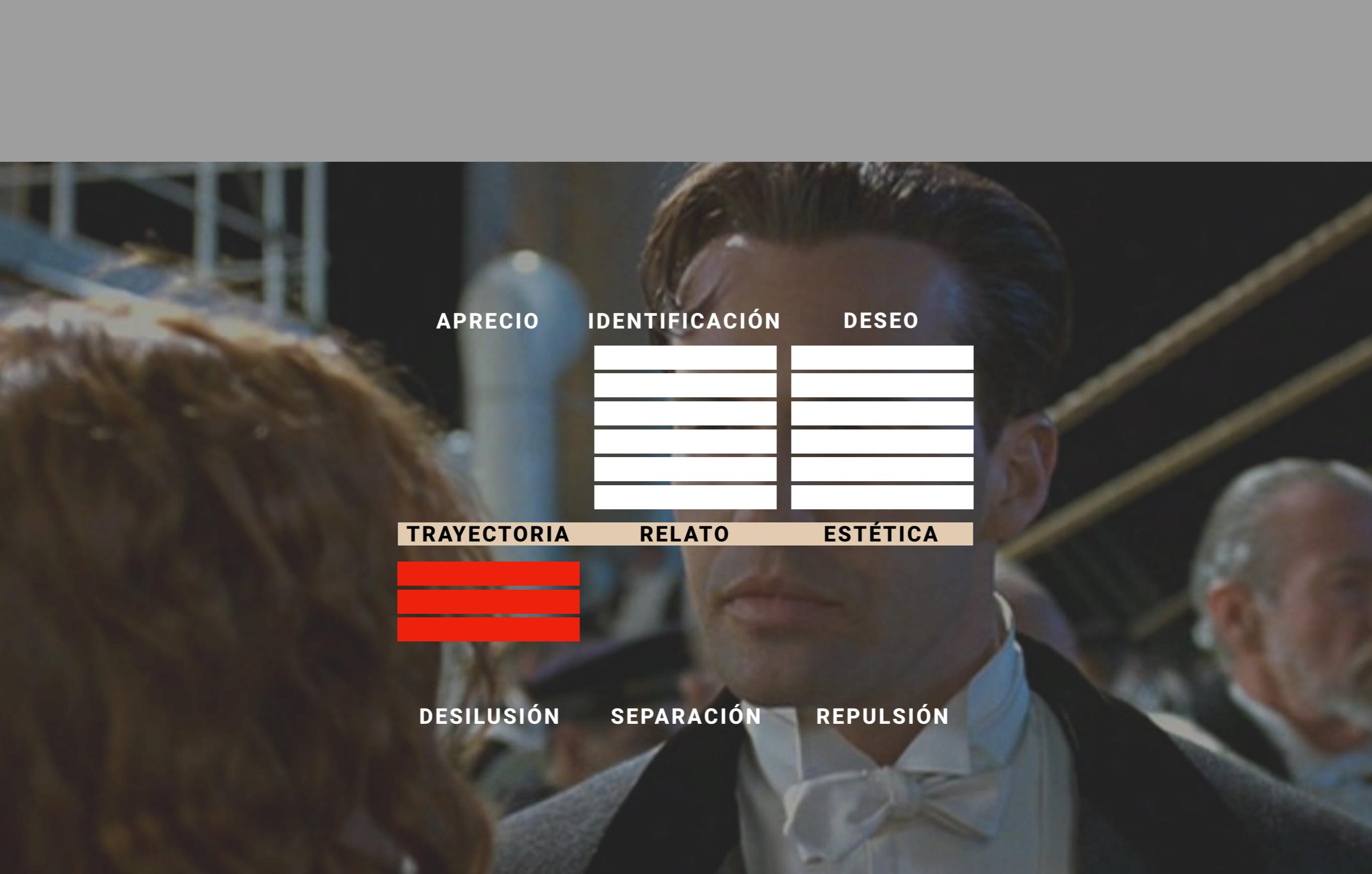
ESTÉTICA

| |
|--|
| |
| |
| |

DESILUSIÓN

SEPARACIÓN

REPULSIÓN

A close-up photograph of a man with dark hair and a mustache, wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt. He is looking down at a violin he is holding. The background is blurred, showing what appears to be a window or a display case.

APRECIO

IDENTIFICACIÓN

DESEO



TRAYECTORIA

RELATO

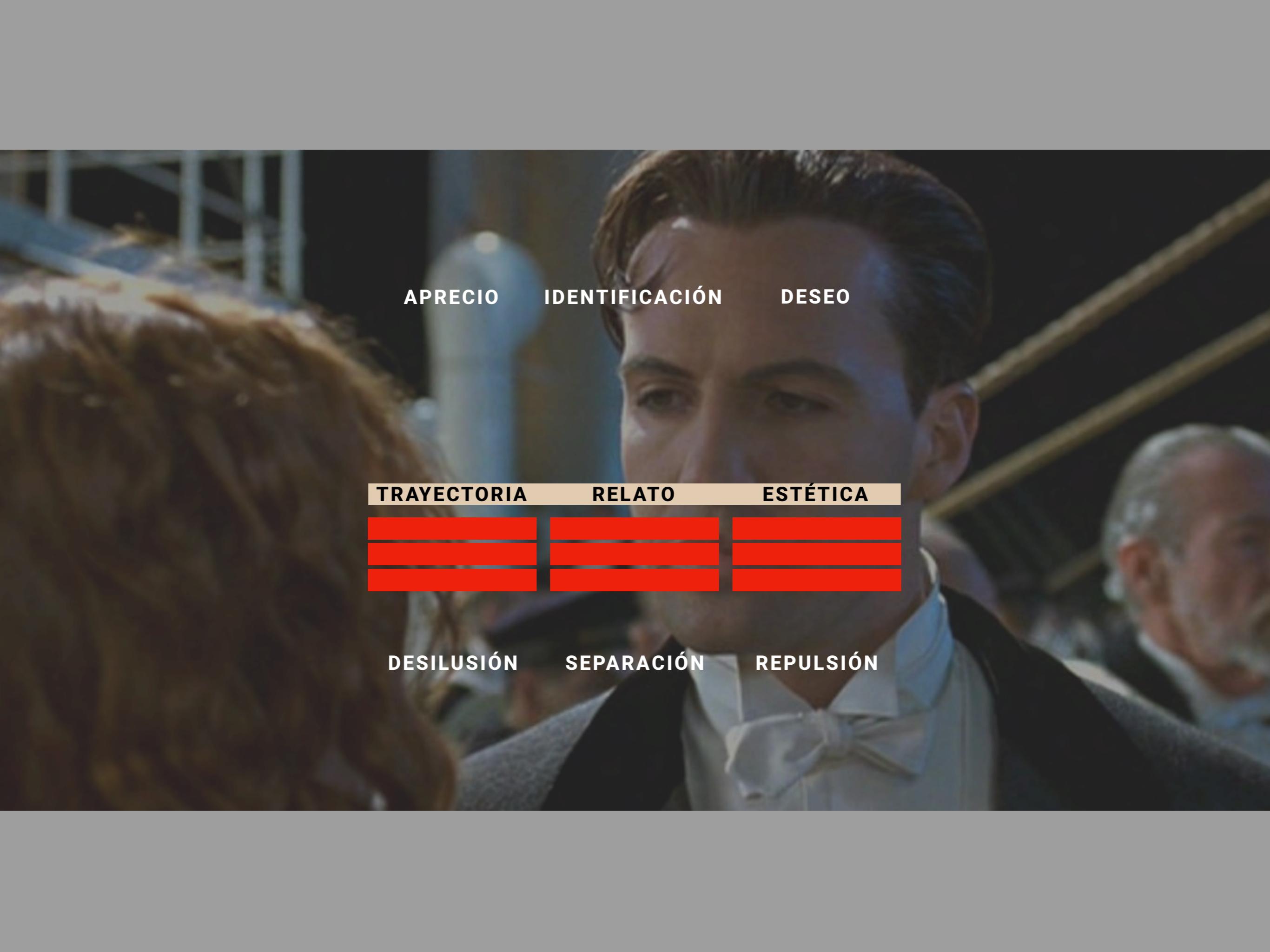
ESTÉTICA



DESILUSIÓN

SEPARACIÓN

REPULSIÓN



APRECIO IDENTIFICACIÓN DESEO

TRAYECTORIA

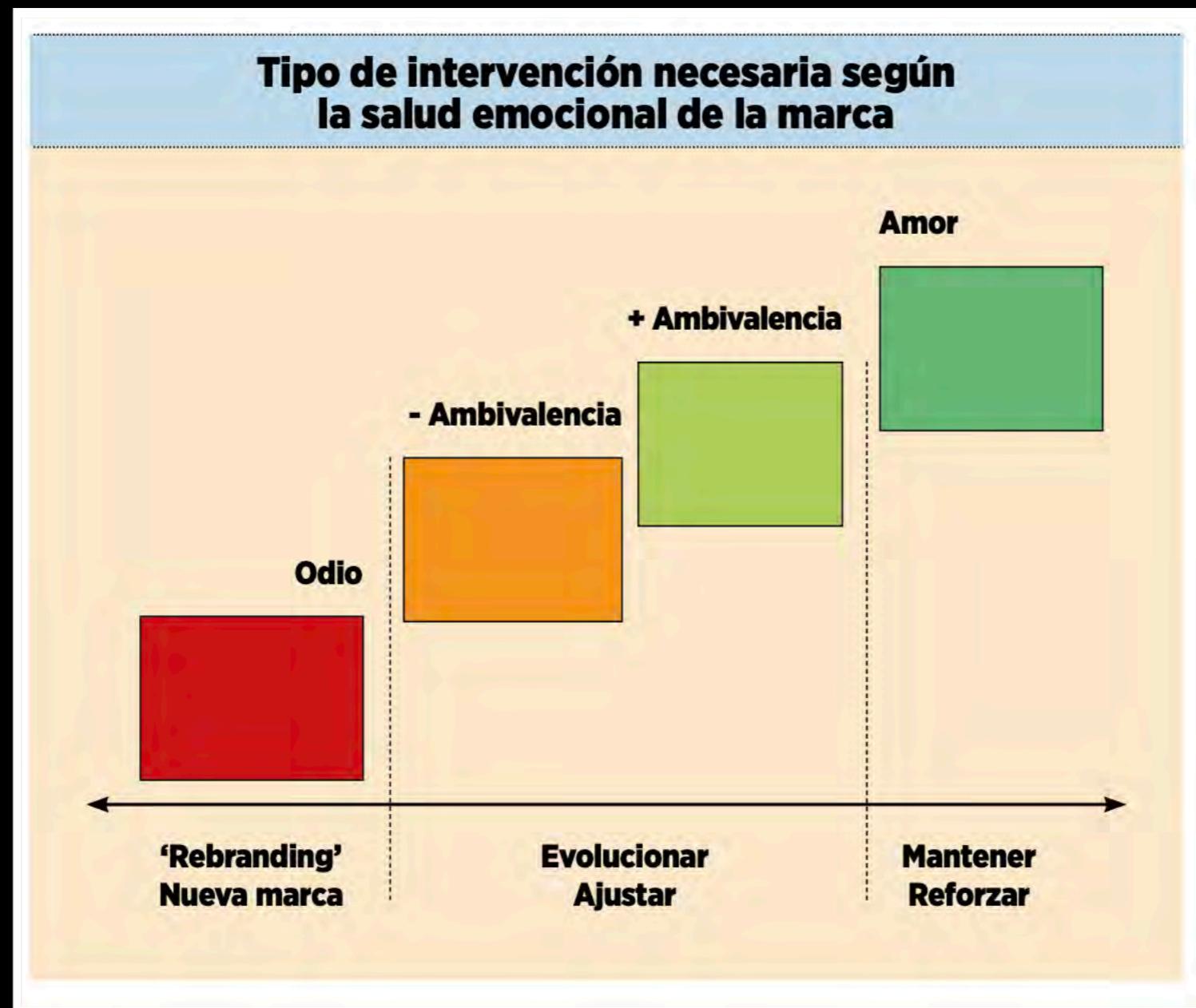
RELATO

ESTÉTICA

DESILUSIÓN

SEPARACIÓN

REPULSIÓN



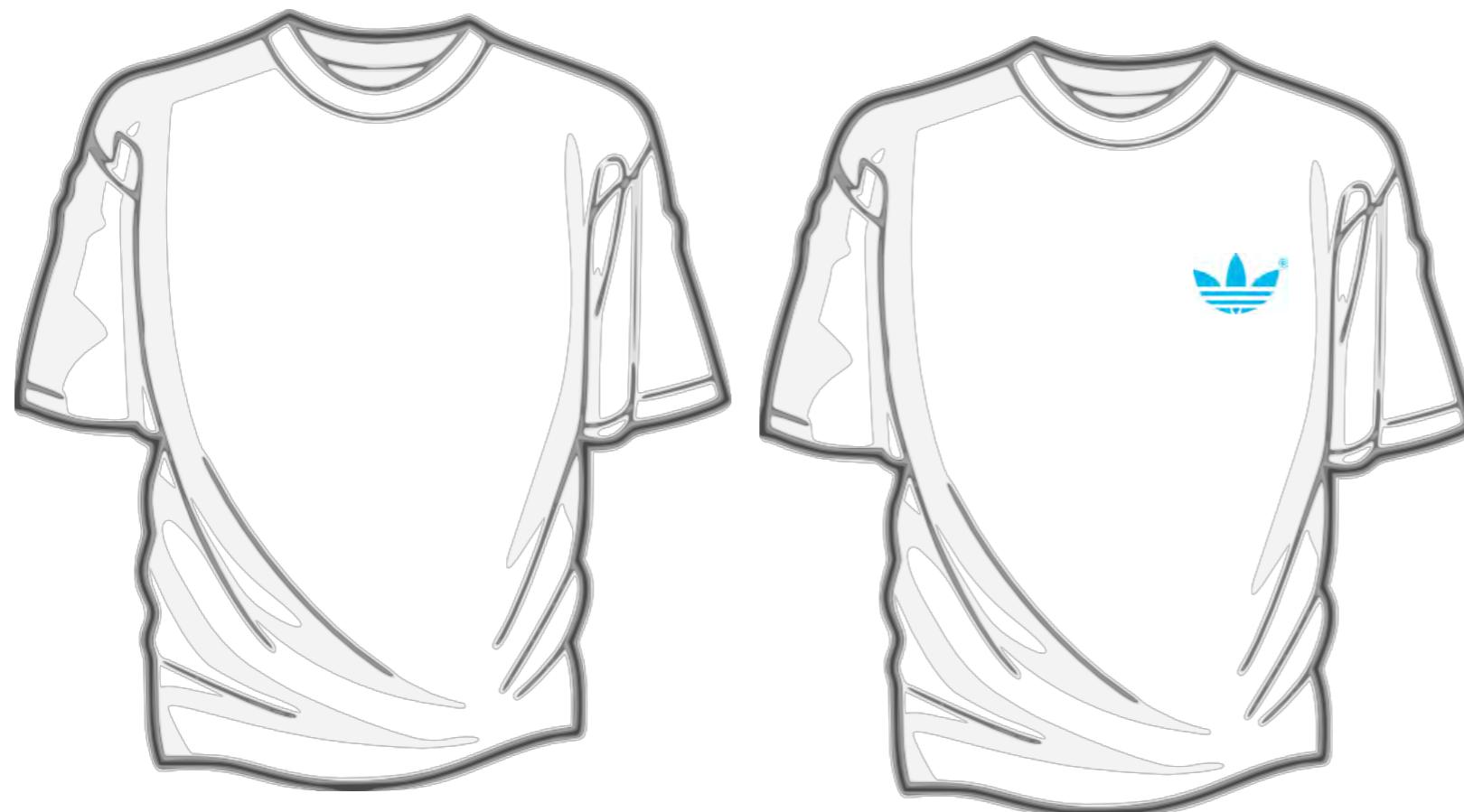
4. VALOR

¿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





VS

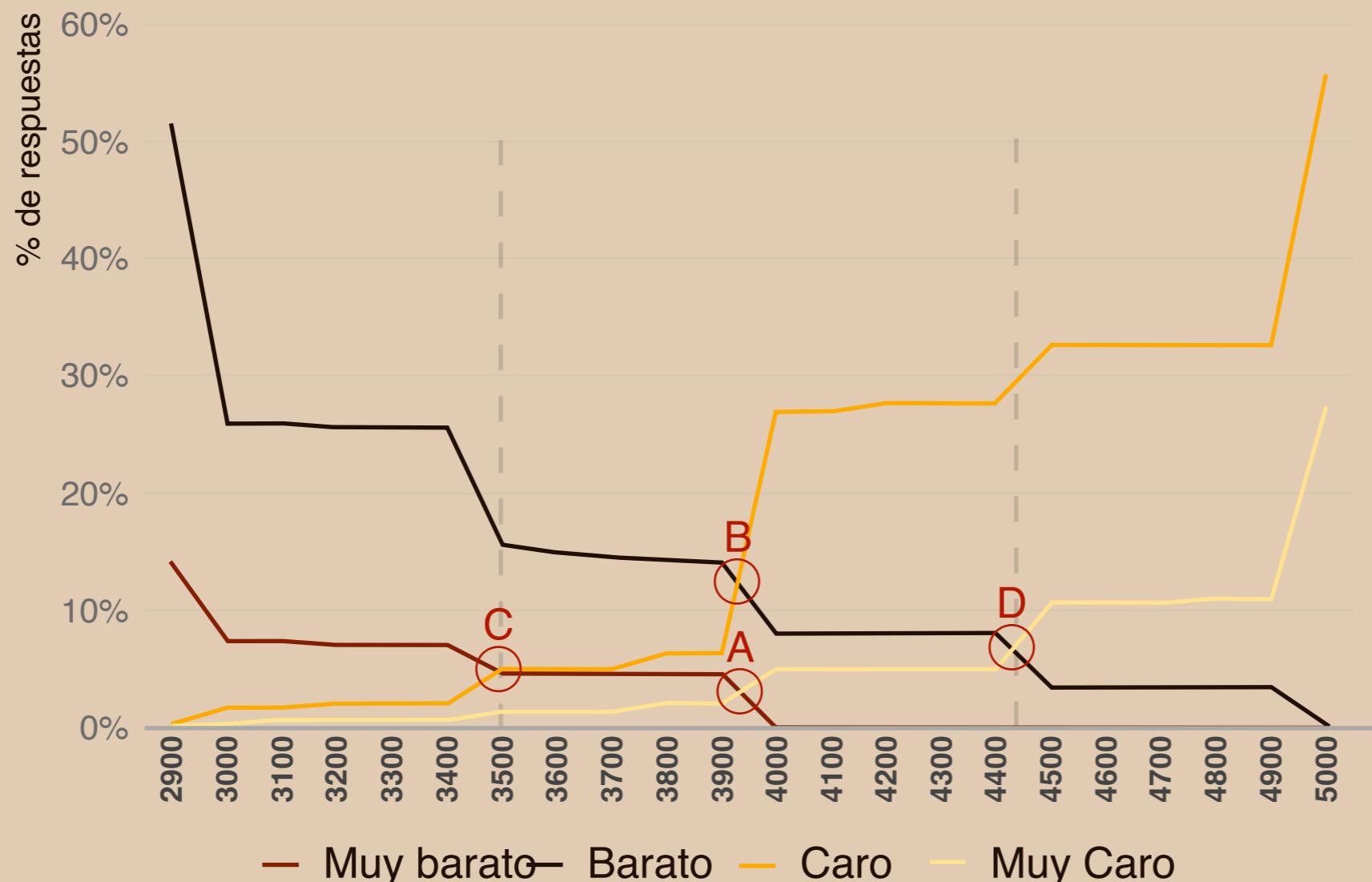


USD 12

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

△ Precio entre marca y genérico



△ Gross Mg entre marca y genérico x Q

VPN (Gross Mg)

fact

**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



**INVIERTAN EN
MEDIR EL
ACTIVO MÁS
IMPORTANTE
DEL NEGOCIO**

está todo bien

gracias