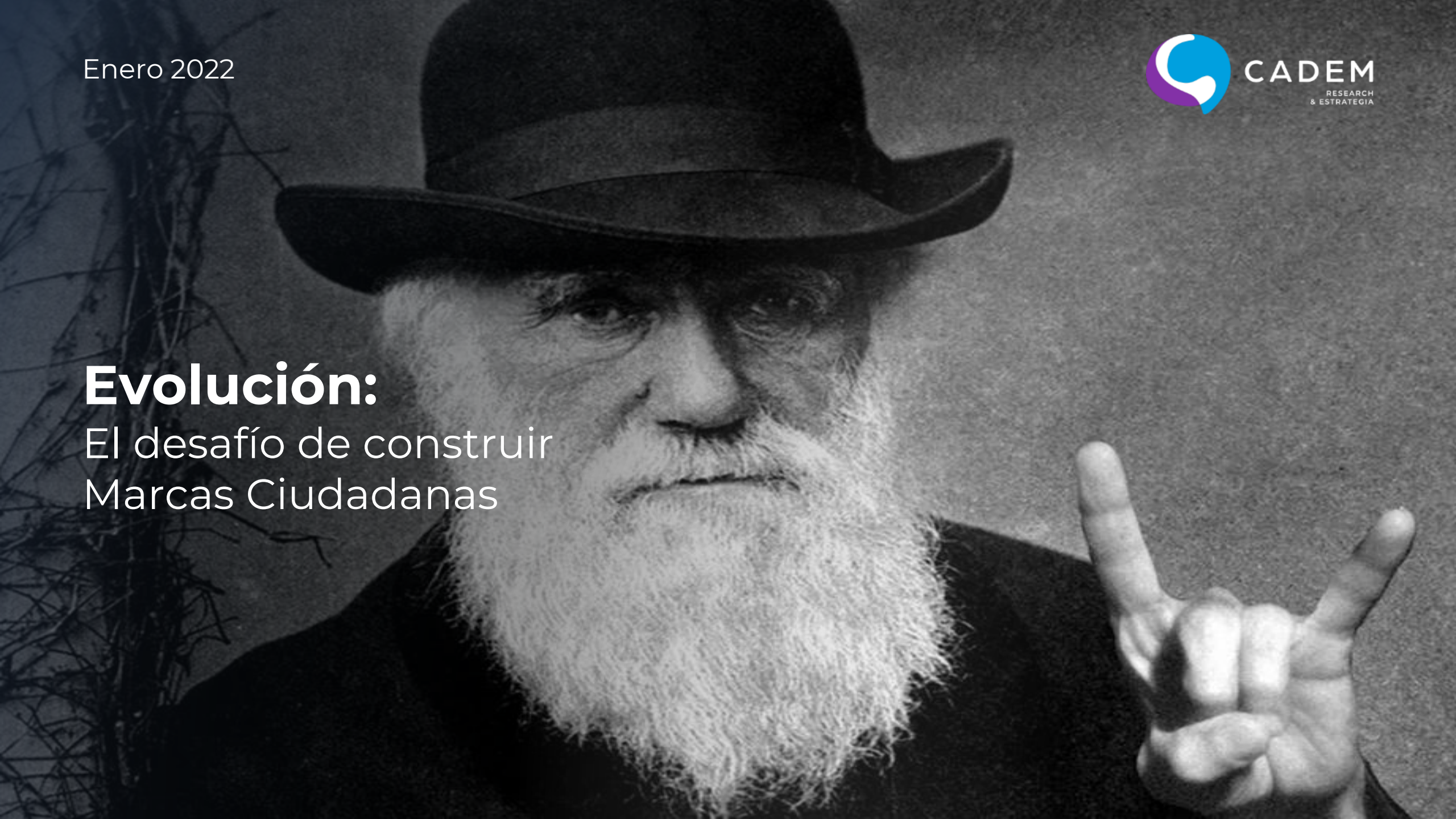


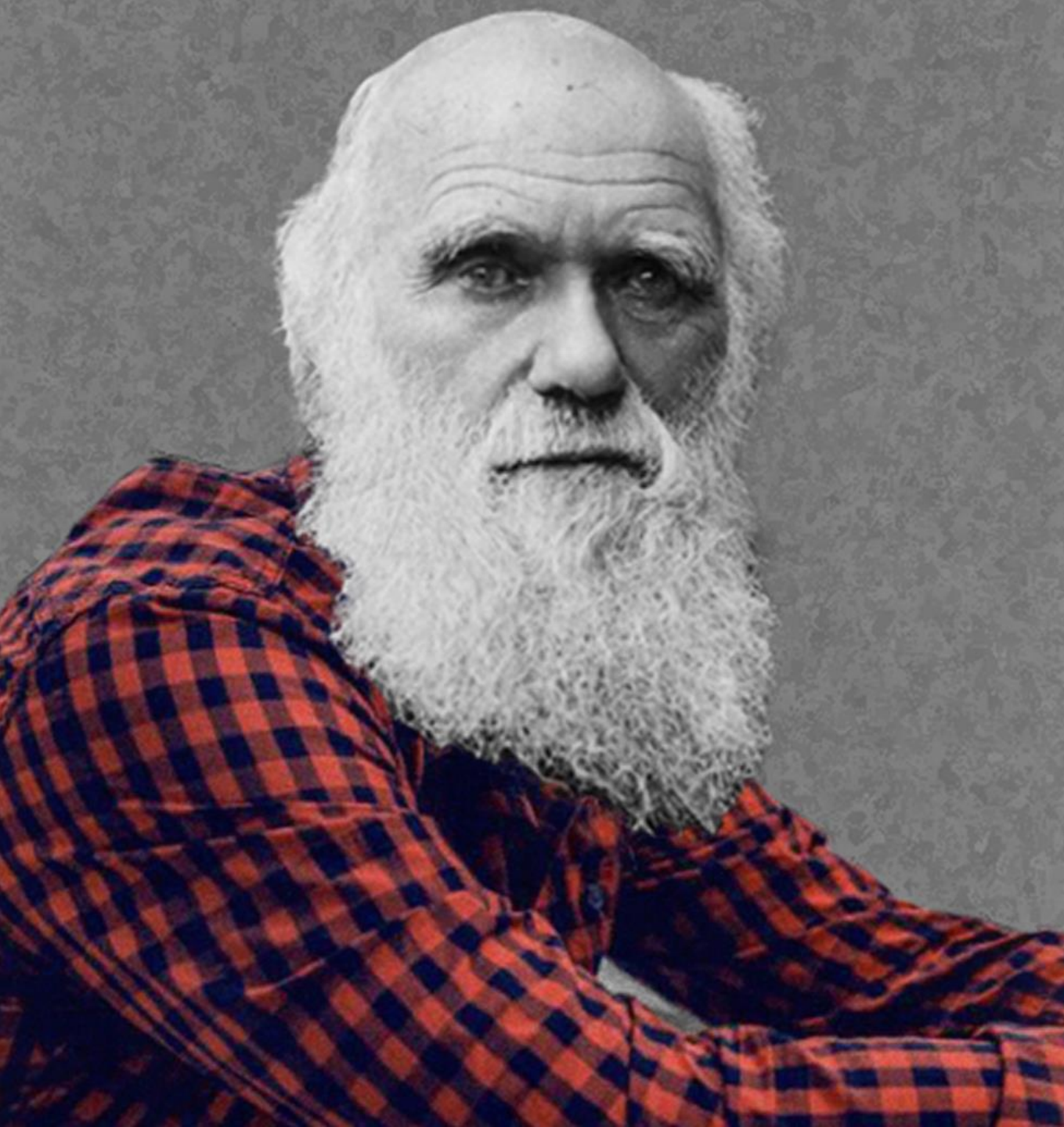
Enero 2022



Evolución:

El desafío de construir
Marcas Ciudadanas





“

No es el más fuerte de las especies el que sobrevive, tampoco es el más inteligente el que sobrevive. Es aquel que es más adaptable al cambio

”

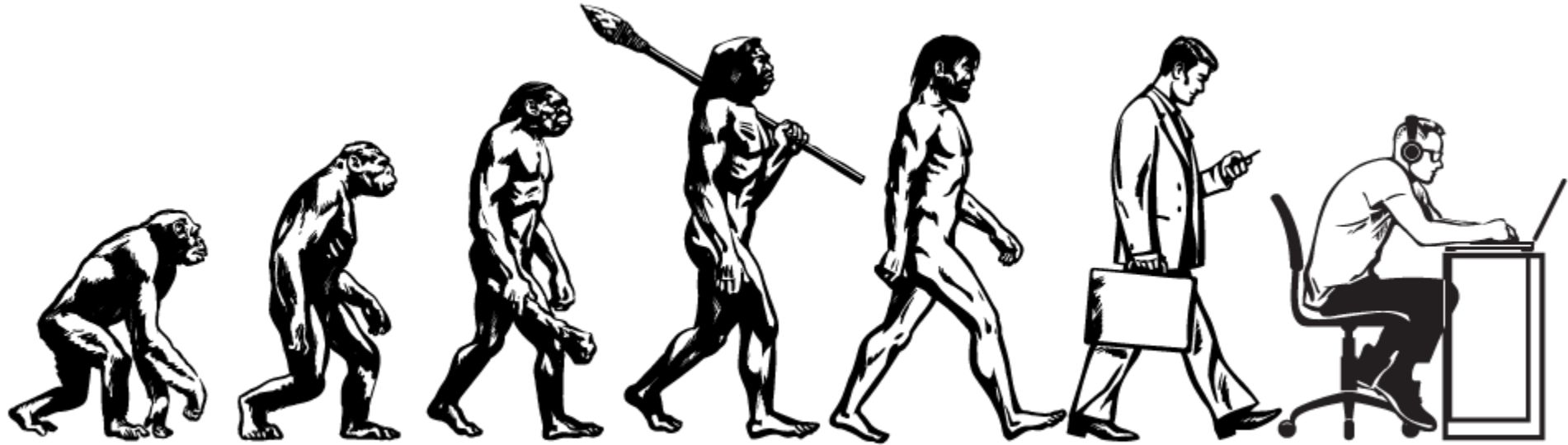
“

**La gente que teme al cambio es
porque teme a lo desconocido.
Pero la única y mayor constante
de la historia es que todo
cambia**

”



Enfrentamos el cambio de paradigma más significativo de la historia contemporánea





El desafío de ser una Marca Ciudadana



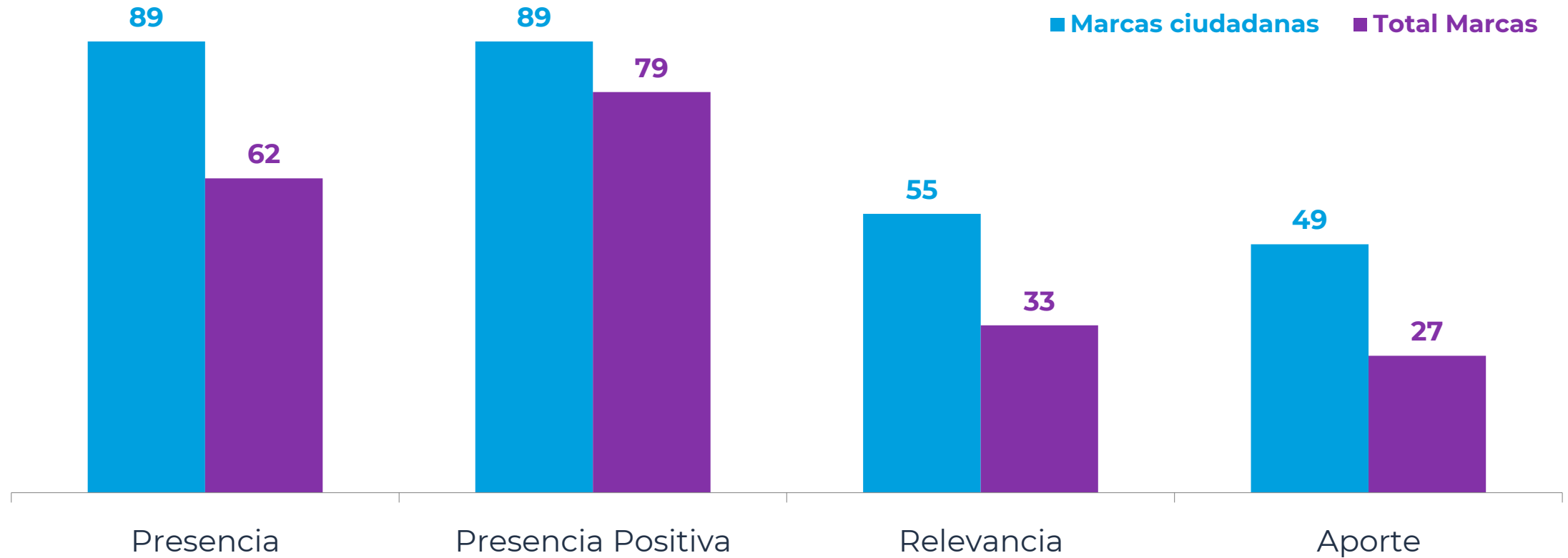
¿Qué significa ser una Marca Ciudadana?

Son aquellas que tienen un impacto relevante en la sociedad y en la calidad de vida de las personas. **Son marcas que tienen un propósito y que han puesto en el corazón de su negocio la relación con la comunidad**, buscando de forma coherente y permanente hacer un aporte significativo, haciendo tangible el papel que juegan en la sociedad.

¿De qué se trata?



Las marcas ciudadanas generan KPIs significativamente más altos

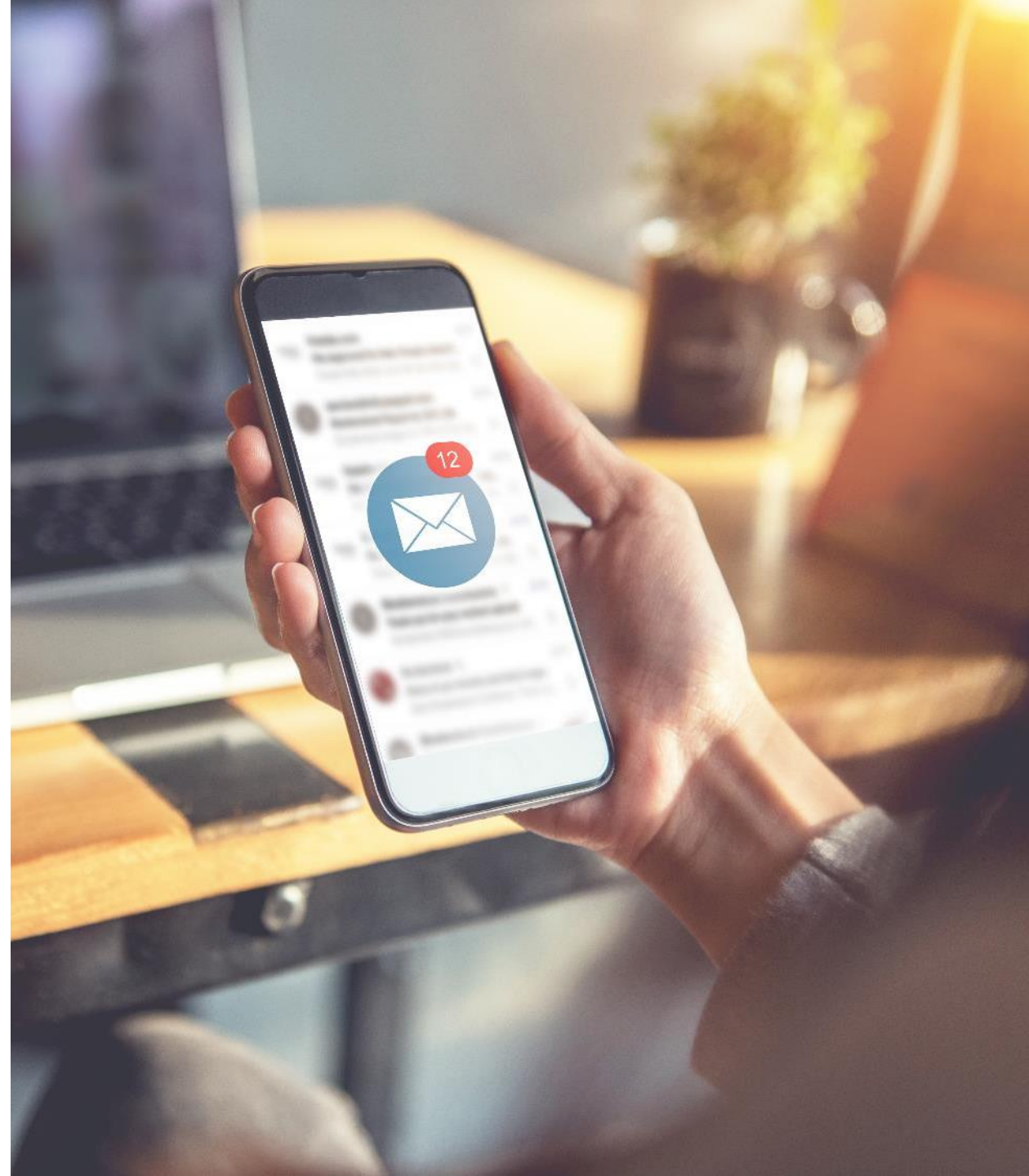


Metodología

Encuesta auto administrada enviada vía mail a panelistas de **Cadem Online**, consumidores, con edades **entre 18 y 70 años**, aplicada en Santiago, pertenecientes a los niveles socioeconómicos **C1, C2 y C3D**.

Segundo semestre 2021
(Campo realizados entre el 15 de noviembre
y el 15 de diciembre)
5.400 casos totales

*En esta medición realizamos 300 encuestas por marca



Estudiamos 240 Marcas



Modelo de Marcas Ciudadanas

Definimos 3 atributos principales que se evalúan en el modelo



Presencia
Positiva

+



Relevancia

+



Aporte

=

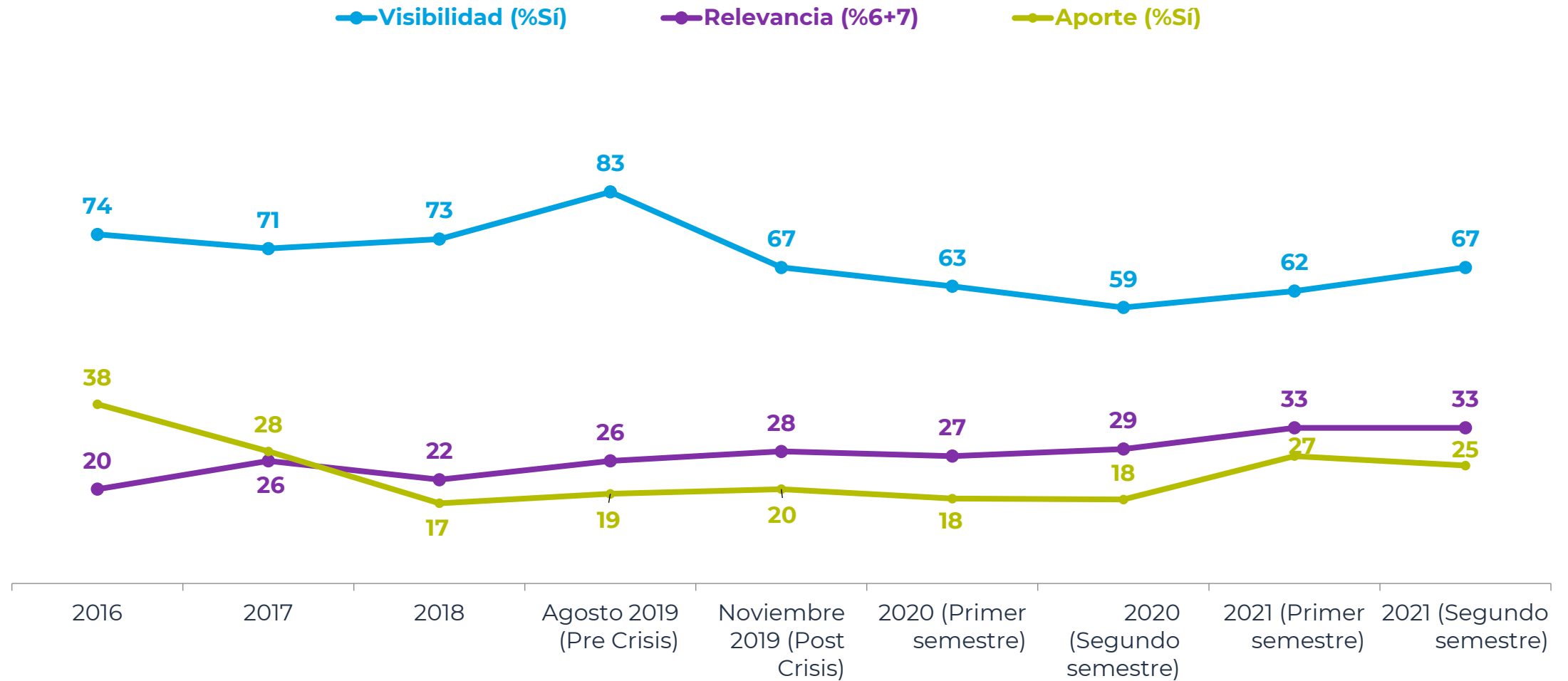


Marcas
Ciudadanas

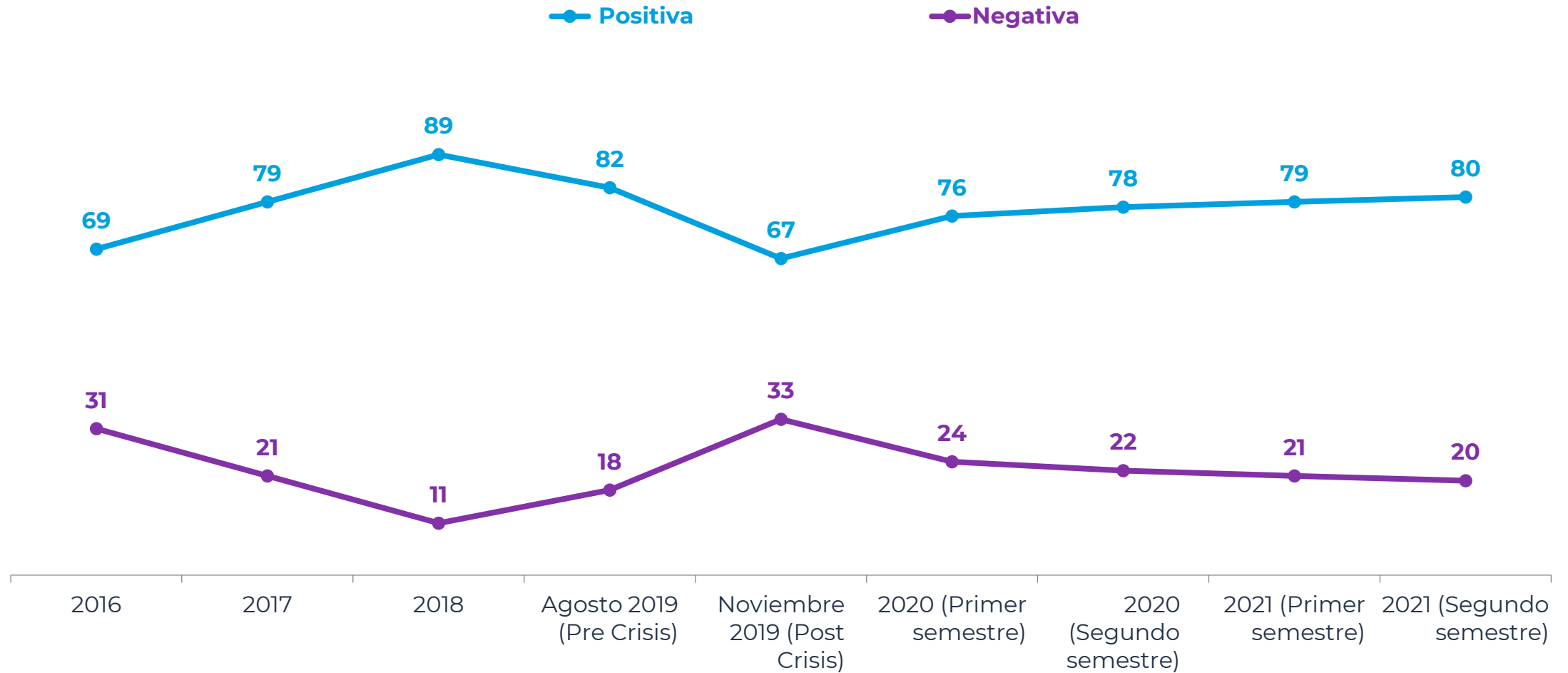


En el 2021, observamos un cambio positivo en la relación con las marcas. Marcas más presentes que han podido visibilizar de mejor manera su relevancia y aporte.

Evolutivo Total Marcas



Evolutivo Evaluación de la Presencia - Total Marcas





Ranking de Marcas Ciudadanas 2021

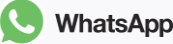
Son marcas que logran emocionar a las personas y destacan del resto. Desde su propósito logran hacerse visibles. Son marcas que se emocionan por el cambio social, por las nuevas ideas y retos. Generan confianza y ayudan a que el mundo sea un mejor lugar para vivir.



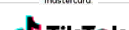
Marcas Ciudadanas 2021 – Segundo semestre

Ganadores por categoría

Accesorios de cocina	AFPs	Aguas y Bebidas	Apps de transportes	Bancos	Bebidas alcohólicas
					
Cajas y cooperativas	Centros comerciales	Comida rápida	Concesionarias	Consumo masivo	Corporativas
					
Cuentas digitales	Cuidado personal y del hogar	Estaciones de servicio	Farmacia	Higiene hogar	Intermediarios
					
Isapres	Market place	Medios de comunicación	Medios de pago	Perfumería	RRSS
					
Retail	Salud	Seguros	Servicios	Supermercados	Tecnología
					
Telecomunicaciones	Tiendas de conveniencia	Transporte	Vestuario		
					

Ranking global 2021 – Segundo Semestre - TOP 80 Marcas

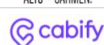
	Ranking 2021 -II		Índice 2021-II	Índice 2021-I		Ranking 2021 -II		Índice 2021-II	Índice 2021-I		Ranking 2021 -II		Índice 2021-II	Índice 2021-I		Ranking 2021 -II		Índice 2021-II	Índice 2021-I
1		↑	86	84	21		=	61	61	41		↑	56	54	61			53	S/I
2		=	85	85	22		=	61	61	42		↓	56	63	62		↑	52	50
3		=	78	78	23		↑	60	58	43		↑	56	47	63		↑	52	48
4			78	s/I	24		↑	60	55	44		↑	56	51	64		=	52	52
5		↓	76	80	25		=	60	61	45		↑	56	54	65		↑	52	50
6		↑	74	71	26		↑	60	54	46		↓	56	58	66		↓	52	56
7			74	S/I	27		↑	59	57	47			56	S/I	67		=	52	51
8		↑	73	71	28		=	59	58	48		=	56	57	68		↓	51	55
9		↑	69	59	29		↑	59	55	49		=	55	54	69		↑	51	48
10		↑	69	59	30		↓	59	61	50		=	55	56	70		↑	50	47
11		=	68	68	31		=	59	58	51		↑	55	52	71		↓	50	54
12		↑	67	64	32		=	58	59	52		↓	54	57	72		↑	49	41
13		=	66	66	33		↓	58	60	53		↓	54	57	73			49	S/I
14		↑	65	60	34			58	S/I	54		=	54	54	74		↓	49	51
15		↑	64	62	35		=	58	58	55		↓	54	56	75		=	49	50
16		↑	64	61	36		=	58	57	56		↑	54	52	76		=	49	49
17		↓	64	66	37		↑	57	54	57			53	S/I	77			48	S/I
18		↓	63	69	38		=	57	58	58		↓	53	55	78		↓	48	50
19		=	62	61	39		=	57	56	59		↓	53	59	79		↓	48	53
20			62	S/I	40			57	S/I	60		↓	53	55	80		↓	48	54

Ranking global 2021 – Segundo Semestre – Marca 81 a Marca 160

 Ranking 2021 -II			Índice 2021-II	Índice 2021-I
81		=	48	47
82		=	48	49
83		=	48	48
84		↑	48	46
85		↓	48	52
86		↓	48	50
87			48	S/I
88		=	48	48
89		↑	48	42
90		=	48	49
91		↑	47	41
92		↓	47	49
93		↓	47	52
94		↓	47	49
95		↑	47	41
96		=	47	46
97		↓	46	52
98		↑	46	41
99		=	46	47
100		=	46	45

 Ranking 2021 -II			Índice 2021-II	Índice 2021-I
101		=	46	45
102		↑	46	40
103		=	46	46
104		=	46	46
105			45	S/I
106		↑	45	42
107			45	S/I
108		↓	45	49
109			45	S/I
110			45	S/I
111		↓	44	47
112		↓	44	47
113		↑	44	41
114			44	S/I
115		↓	44	48
116			44	S/I
117		↑	44	42
118		↓	43	46
119		↑	43	39
120		↑	43	36

 Ranking 2021 -II			Índice 2021-II	Índice 2021-I
121		=	43	44
122		↓	43	45
123		↑	42	40
124		↓	42	46
125		=	42	42
126			42	S/I
127		↓	42	44
128		↑	41	37
129		↑	41	39
130		=	41	40
131		=	41	40
132		↑	41	36
133		=	41	41
134		↓	40	44
135		↑	40	38
136		↑	40	38
137		=	40	41
138			39	S/I
139		↓	39	43
140		↓	39	42

 Ranking 2021 -II			Índice 2021-II	Índice 2021-I
141			39	S/I
142		↑	39	34
143		=	38	39
144			38	S/I
145		↑	38	28
146			38	S/I
147			38	S/I
148		=	37	38
149			37	S/I
150		↑	37	34
151		↑	38	3
152		=	36	37
153			35	34
154		↓	35	38
155		=	35	S/I
156		=	34	34
157		↓	34	38
158		↑	34	31
159		↓	34	41
160			34	S/I

Ranking global 2021 – Segundo Semestre – Marca 161 a Marca 240

 Ranking 2021 -II			Índice 2021-II	Índice 2021-I
161		↓	34	36
162		↑	34	29
163		=	34	33
164			34	S/I
165	Match		33	S/I
166		=	33	34
167		↑	33	29
168		↓	32	42
169		↑	32	29
170		↓	32	34
171		↑	32	27
172		↑	32	30
173		↓	32	35
174			32	S/I
175	ZARA		31	S/I
176		↑	31	28
177		=	31	31
178		↑	31	29
179		↑	31	27
180			31	S/I

 Ranking 2021 -II			Índice 2021-II	Índice 2021-I
181			30	S/I
182		↑	30	27
183		↑	28	21
184			28	S/I
185		↑	28	26
186			28	S/I
187		=	28	27
188	SHEIN	↑	28	24
189		=	27	28
190		↓	27	29
191		=	27	27
192		↓	27	30
193		↓	27	0
194		↑	26	23
195			26	S/I
196			24	S/I
197			24	S/I
198		=	24	25
199		↑	24	22
200		↓	24	26

 Ranking 2021 -II			Índice 2021-II	Índice 2021-I
201		=	24	25
202			23	S/I
203	CASACOSTANERA		21	S/I
204			20	S/I
205		↓	20	23
206		↓	20	27
207		↓	20	24
208			19	S/I
209		↓	19	22
210			18	S/I
211		↑	17	-6
212			16	S/I
213			16	S/I
214			15	S/I
215		↓	15	21
216			14	S/I
217		↓	13	15
218		↑	1	-2
219		↓	-3	55
220		↓	-3	46

 Ranking 2021 -II			Índice 2021-II	Índice 2021-I
221		↓	-4	53
222		↓	-4	S/I
223		↑	-5	-7
224		↑	-5	-7
225		↓	-6	35
226		↑	-6	-9
227		↑	-6	-10
228		↑	-7	-9
229		↑	-7	-10
230		↓	-7	20
231		↑	-7	-11
232		=	-7	-8
233		=	-8	-9
234		=	-10	-10
235		↓	-11	42
236		=	-12	-13
237		↓	-12	47
238		↑	-13	-16
239		=	-14	-13
240		↓	-14	47

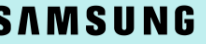
Ranking Marcas Ciudadanas 2021 - Mujeres

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

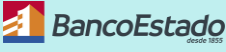
Ranking Marcas Ciudadanas 2021 - Hombres

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

Ranking Marcas Ciudadanas 2021 - Millenials (18 - 34 años)

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

Ranking Marcas Ciudadanas 2021 - Generación X (35 - 54 años)

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

Ranking Marcas Ciudadanas 2021 - Baby Boomers (55 y más)

1	 WhatsApp	14	 NESCAFÉ	27	 JUMBO
2	 Lysol	15	 METRO DE SANTIAGO	28	 Lider
3	 Google	16	 facebook	29	 Coca-Cola
4	 COLUN	17	 cachantun VIVE NATURAL	30	 Chile Visión
5	 Quix	18	 Confort	31	 Cruz Verde
6	 CLOROX	19	 UBER	32	 SERVIPAG
7	 mercado libre	20	 DURACELL	33	 Elite
8	 Red de Salud UC • CHRISTUS	21	 falabella.	34	 Lipton
9	 Red compra	22	 COPEC	35	 Lysol
10	 NETFLIX	23	 paris carroussel	36	 LinkedIn
11	 VIRUTEX	24	 Soprole Desde 1949	37	 zoom
12	 Nestlé	25		38	 PRONTO COPEC
13	 SODIMAC HOMECENTER	26	 NIVEA	39	 Tefal

Ranking Marcas Ciudadanas 2021 - ABC1

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

Ranking Marcas Ciudadanas 2021 – C2

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

Ranking Marcas Ciudadanas 2021 – C3D

1	 WhatsApp	14	 Fonasa	27	 COPEC
2	 Google	15	 Spotify	28	 Cruz Verde
3	 Lysoform	16	 Caja Vecina	29	 Lysol
4	 COLUN	17	 METRO DE SANTIAGO	30	 Nestlé
5	 Red compra	18	 NESCAFÉ	31	 HELLMANN'S
6	 CLOROX	19	 VIRUTEX	32	 transbank.
7	 Instagram	20	 WOM	33	 zoom
8	 NETFLIX	21	 Chile Visión	34	 Twitter
9	 Quix	22	 Coca-Cola	35	 IntegraMédica
10	 cachantun VIVE NATURAL	23	 JUMBO	36	 Soprole Desde 1949
11	 FARMACIAS DEL DR. SIMI	24	 Confort	37	 mercado libre
12	 facebook.	25	 Lipton	38	 falabella.
13	 Lider	26	 BancoEstado desde 1855	39	 PRONTO COPEC



Zoom a la presencia, relevancia y aporte de las marcas





**Presencia
Positiva**

+



Relevancia

+



Aporte

=



**Marcas
Ciudadanas**

Presencia 2021 – Segundo Semestre - TOP 80 Marcas



Ranking
2021 -II

1	NETFLIX
2	Lider
3	WhatsApp
4	Colun
5	Google
6	Lipson
7	mercado libre
8	Red.com
9	Quila
10	Falabella
11	Instagram
12	Coca-Cola
13	facebook
14	WOM
15	+
16	Jumbo
17	CLIPSA
18	COPEC
19	SAMSUNG
20	SODIMAC



Ranking
2021 -II

21	Nestlé
22	Uber
23	NESCAFÉ
24	Spotify
25	VIRUTEX
26	Soprole
27	pepsi.
28	paris
29	Recetas de Abuelo
30	Walls
31	HELLMANN'S
32	CENCOSUD
33	BancoEstado
34	Chanza
35	Lipton
36	TOTTUS
37	Confort
38	UNIMARC
39	cachantun
40	Savory



Ranking
2021 -II

41	entel
42	DURACELL
43	PedidosYa
44	PRONTO
45	Banco de Chile
46	transbank.
47	sb
48	R
49	FARMACIAS DEL DR. SMI
50	adidas
51	Santa Fe
52	Banco Falabella
53	METRO DE SANTIAGO
54	HUAWEI
55	PLUTO
56	Twitter
57	IDEAL
58	MEGA
59	CMR Falabella
60	Heineken



Ranking
2021 -II

61	PAPA JOHN'S
62	TikTok
63	McDonald's
64	movistar
65	Chile Visión
66	easy
67	Uber Eats
68	NIVEA
69	mallplaza
70	Rappi
71	zoom
72	Costa
73	LATAM
74	SUPER POLLO
75	Starbucks
76	chilexpress
77	Corona
78	Maggi
79	Calceva
80	Shell

Presencia 2021 – Segundo Semestre – Marcas 81 a Marca 160



Ranking
2021 -II

81	
82	
83	
84	
85	
86	
87	
88	
89	
90	
91	
92	
93	
94	
95	
96	
97	
98	
99	
100	



Ranking
2021 -II

101	
102	
103	
104	
105	
106	
107	
108	
109	
110	
111	
112	
113	
114	
115	
116	
117	
118	
119	
120	



Ranking
2021 -II

121	
122	
123	
124	
125	
126	
127	
128	
129	
130	
131	
132	
133	
134	
135	
136	
137	
138	
139	
140	



Ranking
2021 -II

141	
142	
143	
144	
145	
146	
147	
148	
149	
150	
151	
152	
153	
154	
155	
156	
157	
158	
159	
160	

Presencia 2021 – Segundo Semestre – Marcas 161 a Marca 240



Ranking
2021 -II

161	
162	
163	
164	
165	
166	
167	
168	
169	
170	
171	
172	
173	
174	
175	
176	
177	
178	
179	
180	



Ranking
2021 -II

181	
182	
183	
184	
185	
186	
187	
188	
189	
190	
191	
192	
193	
194	
195	
196	
197	
198	
199	
200	



Ranking
2021 -II

201	
202	
203	
204	
205	
206	
207	
208	
209	
210	
211	
212	
213	
214	
215	
216	
217	
218	
219	
220	



Ranking
2021 -II

221	
222	
223	
224	
225	
226	
227	
228	
229	
230	
231	
232	
233	
234	
235	
236	
237	
238	
239	
240	

Marcas Ciudadanas

Modelo de Relevancia



**Presencia
Positiva**



Relevancia



Aporte

**Funcionalidad
Liderazgo**



Hacer

**Estilo
Genera Afecto**



Sentir

**Accesibilidad
Buen Trato**



Estar

Dimensiones que sustentan la relevancia de las Marcas Ciudadanas



Dimensiones que sustentan la relevancia de las Marcas Ciudadanas: por industria

● Funcionalidad

● Liderazgo

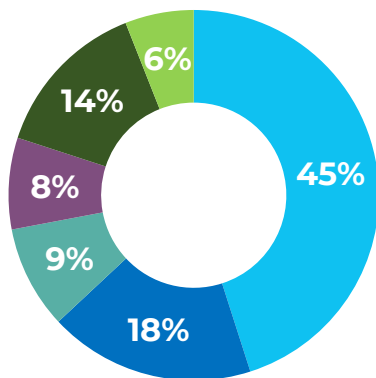
● Accesibilidad

● Buen trato

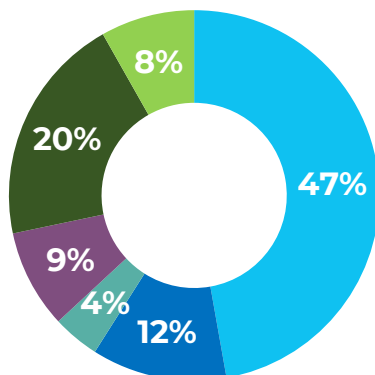
● Genera Afectos

● Estilo

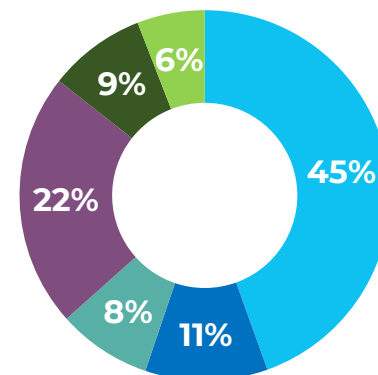
Total



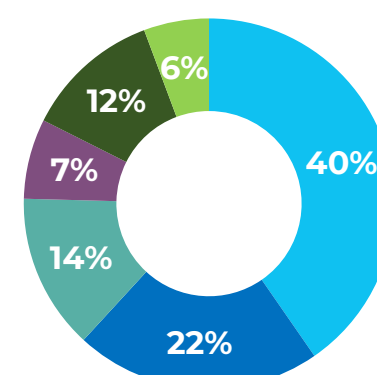
Consumo Masivo



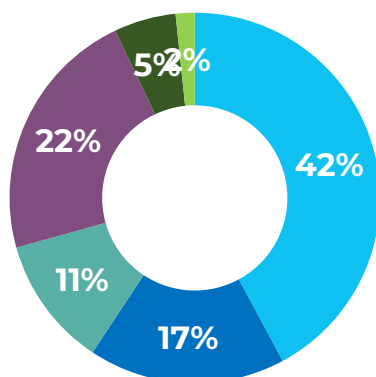
Tecnología



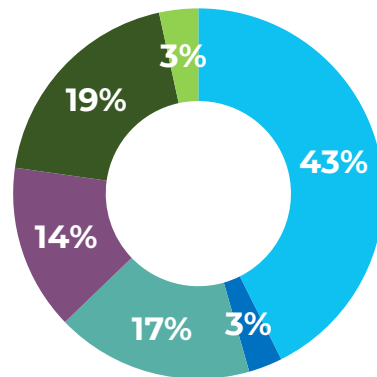
RRSS/APP



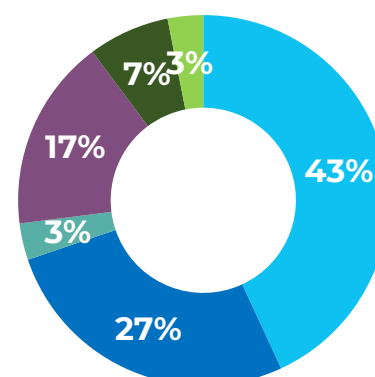
Bancos



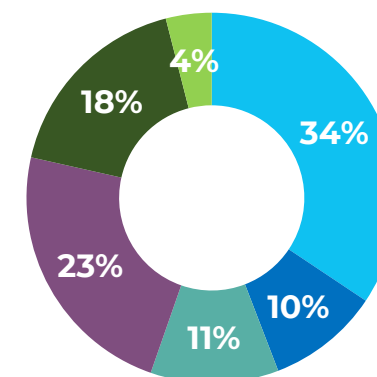
Farmacias



Telecomunicaciones



Retail



Relevancia 2021 – Segundo Semestre - TOP 80 Marcas



Ranking
2021 -II

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



Ranking
2021 -II

- 21
- 22
- 23
- 24
- 25
- 26
- 27
- 28
- 29
- 30
- 31
- 32
- 33
- 34
- 35
- 36
- 37
- 38
- 39
- 40



Ranking
2021 -II

- 41
- 42
- 43
- 44
- 45
- 46
- 47
- 48
- 49
- 50
- 51
- 52
- 53
- 54
- 55
- 56
- 57
- 58
- 59
- 60



Ranking
2021 -II

- 61
- 62
- 63
- 64
- 65
- 66
- 67
- 68
- 69
- 70
- 71
- 72
- 73
- 74
- 75
- 76
- 77
- 78
- 79
- 80

Relevancia 2021 – Segundo Semestre – Marca 81 a Marca 160



Ranking
2021 -II

81	
82	
83	
84	
85	
86	
87	
88	
89	
90	
91	
92	
93	
94	
95	
96	
97	
98	
99	
100	



Ranking
2021 -II

101	
102	
103	
104	
105	
106	
107	
108	
109	
110	
111	
112	
113	
114	
115	
116	
117	
118	
119	
120	



Ranking
2021 -II

121	
122	
123	
124	
125	
126	
127	
128	
129	
130	
131	
132	
133	
134	
135	
136	
137	
138	
139	
140	



Ranking
2021 -II

141	
142	
143	
144	
145	
146	
147	
148	
149	
150	
151	
152	
153	
154	
155	
156	
157	
158	
159	
160	

Relevancia 2021 – Segundo Semestre – Marca 161 a Marca 240



Ranking
2021 -II

161	
162	
163	
164	
165	
166	
167	
168	
169	
170	
171	
172	
173	
174	
175	
176	
177	
178	
179	
180	



Ranking
2021 -II

181	
182	
183	
184	
185	
186	
187	
188	
189	
190	
191	
192	
193	
194	
195	
196	
197	
198	
199	
200	



Ranking
2021 -II

201	
202	
203	
204	
205	
206	
207	
208	
209	
210	
211	
212	
213	
214	
215	
216	
217	
218	
219	
220	



Ranking
2021 -II

221	
222	
223	
224	
225	
226	
227	
228	
229	
230	
231	
232	
233	
234	
235	
236	
237	
238	
239	
240	

Marcas Ciudadanas

Modelo de Aporte



**Presencia
Positiva**



Relevancia



Aporte

Social / comunitario



Confianza



**Aporta focalizado /
específico**



Comportamiento ético

Modelo de Aporte



Atributos

Es una marca que aporta frente a las crisis del país

Es una marca que siempre aporta a la sociedad, más allá de la contingencia

Aporta a la comunidad que la rodea

Mejora mi calidad de vida

Es genuina, creíble, confiable

Es una marca consistente, comunica de manera clara

Es amigable con el planeta, con los animales

Apoya a fundaciones / ONG

Aporta a la cultura, al arte, al deporte

Trata bien a sus trabajadores y proveedores

Tiene un comportamiento ético

Dimensiones que sustentan el aporte de las Marcas Ciudadanas: por industria

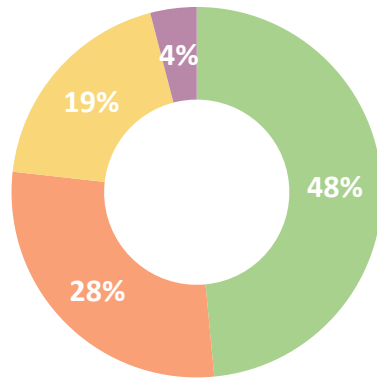
● Social / comunitario

● Confianza

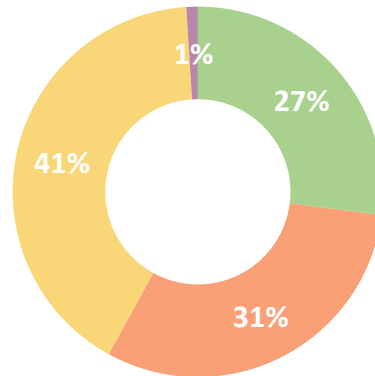
● Aporte específico

● Comportamiento ético

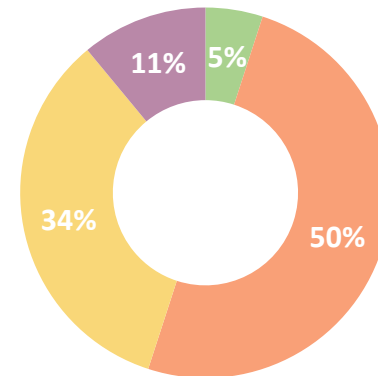
Total



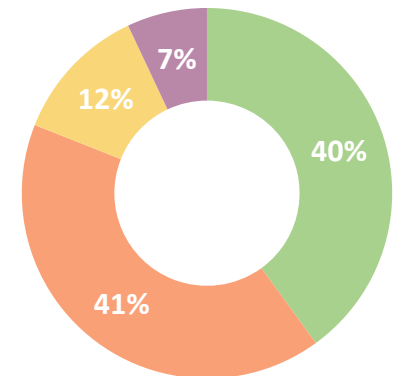
Consumo Masivo



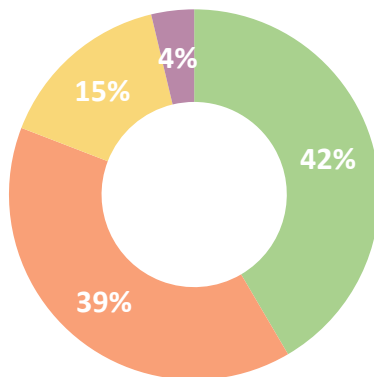
Centros comerciales



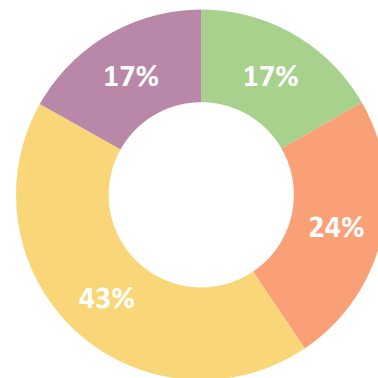
App de transporte



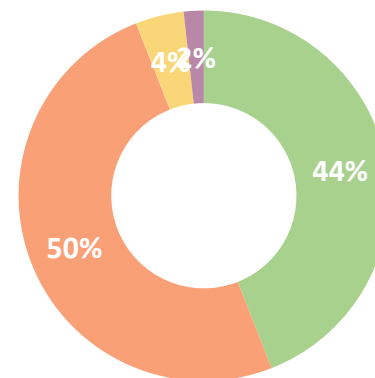
Telecomunicaciones



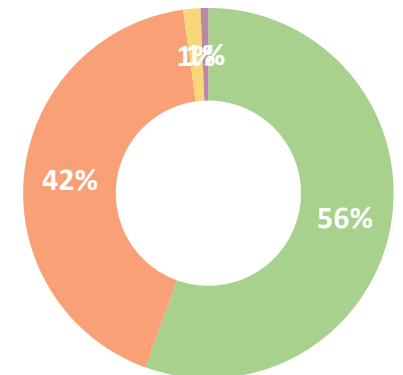
Retail



RRSS / Apps



Salud



Aporte 2021 – Segundo Semestre - TOP 80 Marcas



Ranking
2021 -II

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



Ranking
2021 -II

- 21
- 22
- 23
- 24
- 25
- 26
- 27
- 28
- 29
- 30
- 31
- 32 -
- 33
- 34
- 35
- 36
- 37
- 38 -
- 39
- 40



Ranking
2021 -II

- 41
- 42
- 43
- 44
- 45
- 46
- 47
- 48
- 49
- 50 -
- 51
- 52
- 53
- 54
- 55
- 56
- 57
- 58
- 59
- 60



Ranking
2021 -II

- 61
- 62
- 63
- 64
- 65
- 66
- 67
- 68
- 69
- 70
- 71
- 72 -
- 73
- 74
- 75
- 76
- 77 -
- 78
- 79
- 80

Aporte 2021 – Segundo Semestre - Marca 81 a Marca 160



Ranking
2021 -II

81		
82		
83		
84		
85		-
86		
87		
88		
89		
90		-
91		
92		
93		
94		
95		
96		
97		-
98		
99		-
100		



Ranking
2021 -II

101		
102		-
103		
104		
105		
106		
107		-
108		-
109		
110		
111		
112		-
113		
114		
115		
116		-
117		
118		-
119		
120		



Ranking
2021 -II

121		-
122		
123		
124		
125		
126		
127		
128		
129		
130		
131		
132		
133		-
134		
135		
136		
137		
138		
139		
140		



Ranking
2021 -II

141		
142		
143		
144		
145		-
146		
147		
148		
149		
150		
151		
152		
153		
154		-
155		
156		
157		
158		
159		
160		

Aporte 2021 – Segundo Semestre – Marca 161 a Marca 240



Ranking
2021 -II

161	
162	
163	
164	
165	
166	
167	
168	
169	
170	
171	
172	
173	
174	
175	
176	
177	
178	
179	
180	



Ranking
2021 -II

181		-
182		
183		-
184		
185		
186		
187		
188		
189		
190		
191		-
192		
193		
194		-
195		
196		
197		
198		
199		
200		



Ranking
2021 -II

201		
202		
203		-
204		
205		-
206		
207		-
208		-
209		
210		
211		-
212		
213		-
214		-
215		
216		-
217		-
218		
219		-
220		-



Ranking
2021 -II

221		-
222		
223		-
224		
225		
226		
227		
228		
229		
230		-
231		
232		
233		
234		
235		-
236		
237		
238		
239		
240		

Enero 2022



Evolución:

El desafío de construir
Marcas Ciudadanas

