

Inédita premiación:

11 Marcas reconocidas por su desempeño en categorías clave del estudio

8 años de historia de Marcas Ciudadanas, 13 mediciones, más de 40.000 personas encuestadas, más de 300 marcas medidas y más de 45 industrias evaluadas. Luego de todo esto, Cadem decidió que ya era un buen momento para reconocer a algunas marcas.



Para elegir a los ganadores, se usó como base los resultados históricos del estudio, los resultados de la encuesta que por primera vez aplicamos en el segmento de líderes empresariales y además se creó un comité elector compuesto por representantes de Cadem, Deloitte, La Tercera y expertas en marca. "Estos 11 ganadores tienen un gran mérito, ya que el real logro de una marca ciudadana no tiene que ver con solo estar presente en el ranking, sino que en mantenerse y mejorar cada vez más", explica Macarena Balbontín, subgerente de Consultoría de Cadem.

COLUN MARCA CIUDADANA POR EXCELENCIA

Marca que ha sido reconocida históricamente como marca ciudadana, destacando por tener una presencia positiva en la opinión pública, por ser considerada como un aporte a la sociedad y, a la vez por ser relevante para los consumidores/clientes. Colun es una marca que desde el inicio de esta medición ha sido distinguida como marca ciudadana, ocupando desde hace varias ediciones el primer lugar del ranking. Los atributos de calidad y naturalidad, junto con la apelación del origen han hecho que Colun sea percibida como una marca cercana, familiar y confiable. Mantiene de manera permanente comunicación en torno a su promesa. Su comunicación es clara y consistente a lo largo del tiempo. El contexto actual es muy favorable para Colun, que logra capitalizar su ventaja de ser una cooperativa local, que compite con las multinacionales.

LATAM MARCA RESILIENTE

Marca que ha atravesado crisis complejas, pero ha podido salir de ellas y reencontrarse con los chilenos. Una marca que ha logrado reencontrarse con las personas sobre todo desde la empatía y la honestidad. Pese a la crisis que tuvieron las líneas aéreas debido a la pandemia, fueron capaces de salir de ésta. Marca chilena que genera orgullo país. Para ser una empresa cada día más sostenible, tienen un compromiso basado en tres pilares: Cambio Climático, Economía Circular y Valor Compartido. LATAM ha implementado iniciativas que buscan mejorar la experiencia de viaje de pasajeros con necesidades diferentes.

COMPROMETIDA CON CHILE MARCA DEMOCRÁTICA

Marca que tiene un propósito más allá de generar utilidades, que sintoniza con las tendencias y cambios de la sociedad, y que busca mejorar la calidad de vida de las personas. Ganador: Lider es siempre coherente con su propósito: Ahorrarles dinero a sus clientes para que puedan vivir mejor, ofreciendo un ecosistema que genera valor en cada uno de sus componentes. Comunica de manera permanentemente su propósito: "precios bajos todos los días". Durante la pandemia y la crisis de inflación congeló los precios de los productos de la canasta básica. La búsqueda del beneficio permanente del cliente se refleja en códigos concretos de su comunicación y en el desarrollo de marcas propias. Han establecido objetivos de sostenibilidad como reducir su huella de carbono, el uso de energías renovables, la eliminación de residuos. Invierte en tecnología para mejorar la experiencia de compra online y en tiendas físicas. Marca que ofrece un beneficio muy relevante a un costo conveniente, disponibilizando un producto o servicio que facilita la vida. Se percibe que democratiza el acceso a productos o servicios que antes eran de acceso limitado a personas de más altos ingresos. Ganador: BancoEstado, junto con sus marcas CuentaRut y CajaVecina, pone a disposición de la ciudadanía productos o servicios que facilitan la vida y que antes eran de acceso limitado a un segmento de la población. Hoy tanto la marca "BancoEstado" como "CuentaRut" son reconocidas como marcas ciudadanas. BancoEstado desde su nacimiento, ha dado acceso a servicios financieros a millones de personas. Sus tres marcas, han destacado históricamente en el atributo de: "Está al alcance de todos", "muy conveniente, entrega más de lo que cuesta" y "está en todas partes". Es un banco que realmente se hace cargo de su promesa "Para todos y para cada uno". Es una marca presente, que genera confianza y es querida por los chilenos.

mercado libre mercado pago MARCA INNOVADORA

Aquella marca que destaca por su enfoque creativo, su capacidad para resolver problemas de manera única y su compromiso con la mejora constante en todas las áreas de sus negocios. A través de su propósito de democratizar el comercio electrónico, Mercado Libre y Mercado Pago vinieron a instalar un nuevo benchmark en experiencia de cliente. Su objetivo es que millones de personas, desde cualquier lugar del país, puedan adquirir productos y que pequeños y grandes comercios cuenten con una plataforma de comercialización efectiva. Con MercadoLibre el cliente está realmente al centro de la empresa. Transforma su experiencia de compra con plazos de entrega acotados, solución ágil de problemas y con un medio de pago fácil que se ha transformado en el mayor procesador de pagos online en América Latina. Mantiene comunicación permanente. No sólo se comunica con sus clientes, sino que además tienen voceros activos en RRSS. MercadoLibre y Mercado Pago se han posicionado como una plataforma eficaz para los diferentes actores del comercio electrónico.

COPEC LÍDER INDISCUTIDO

Marca que destaca de manera importante sobre el resto de su categoría por atributos relevantes que la ubican en una posición de superioridad; está validada socialmente y actúa como referente tanto en su categoría como en otras industrias. Copec ha destacado de manera histórica frente al resto de su categoría en las mediciones de este ranking. Es una empresa chilena con 87 años de historia, lo que genera orgullo y respaldo hacia la marca. Ha estado comprometida siempre con la calidad de su servicio. Su gran aliado desde el servicio: Pronto Copec. Pioneros en acciones sostenibles en su categoría e impulsador de iniciativas relevantes para la ciudadanía como programa "Viva leer". Con el foco puesto en el cliente, incursionó en la digitalización de sus servicios y a través de su App se convirtió en la primera compañía chilena de combustible en ingresar a la industria financiera.

DESEMPEÑO DE EXCELENCIA

Marca cuyos productos o servicios satisfacen de manera óptima la necesidad que está a la base de su uso o consumo. Su excelente desempeño es constante en el tiempo, brindando una sensación de confianza y seguridad al consumidor. Ganador: Jumbo. Su experiencia y servicio es superior al resto y ha sido constante en el tiempo, brindando una sensación de confianza y seguridad a los consumidores. La premisa de Jumbo se asocia principalmente a la gran calidad y variedad de sus productos. El buen servicio que entrega se refleja principalmente en la experiencia en tienda. Por ello, la marca destaca fuertemente en atributos de funcionalidad y experiencia.

MARCA EXITOSA

Marca que ha ido mejorando sistemáticamente en el tiempo y ha llegado a ser marca ciudadana pese a los desafíos del entorno. Ganador: Metro es una marca ciudadana que supo Superar como pocas la crisis que significó el estallido social, dar confianza y certeza en su quehacer con un tremendo impacto para los santiaguinos, lo que sin duda demuestra su compromiso con Chile. Inaugurado en septiembre de 1975, con el paso del tiempo se ha convertido en el eje estructurante de la movilidad en Santiago. Constantemente ha ido aumentando su cobertura, frecuencia y eficiencia siendo la red más extensa de Latinoamérica, con 144 kilómetros. Innova constantemente para mejorar la experiencia de sus más de 2,3 millones de pasajeros al día. Promociona la cultura y el arte, demostrando así su compromiso con ser mucho más que un medio de transporte.

COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD MEMORABLE

Marca que está presente en el día a día de los consumidores y que ocupa un lugar privilegiado en la mente de éstos, instalándose muchas veces como marca top of mind. Sus acciones, su comunicación, sus códigos visuales o estética la hacen visible y memorable. Ganador: WOM se construye en torno al propósito de "nadie te da más", llegando al mercado a desafiar a grandes y poderosos, democratizar la telefonía móvil (sigue en fibra y tv) y poner siempre al cliente al centro. Todo lo que hace lo comunica. Fue una de las pocas

marcas que no se silenció durante el estallido social. No segmentan por rentabilidad y los beneficios para clientes nuevos se extienden a los antiguos. Se ha posicionado como una marca retadora, rebelde y movilizadora. Esto también se traduce en una cultura interna desafiante e innovadora. WOM vive su nombre Worth of Mouth: El mejor Marketing viene desde las personas. A 8 años de su llegada al país, se ha consolidado como el segundo operador del mercado móvil y cuenta con más de 8 millones de clientes.

COMPROMETIDA CON EL MEDIOAMBIENTE

Empresa que tiene un compromiso claro por mejorar el mundo, es amigable con el planeta y se preocupa del medioambiente. Ganador: Natura, es una marca que desde sus inicios ha destacado por su preocupación por las causas medioambientales, no tuvo que adaptarse como varias de su industria. Marca carbono neutro, que retira cientos de toneladas por año de plástico y

contribuye a la conservación de millones de hectáreas de selva amazónica. Destacan sus envases ecodiseñados, productos con repuesto, compromiso con sus procesos e innovación constante. Certificaciones de Empresa B y Cruelty Free. Tienen un compromiso de diversidad e inclusión con sus colaboradores, consultoras, comunidades, consumidores y proveedores.