DIARIO FINANCIERO®

Fecha:	08/06/2025	Audiencia:	48.450	Sección:	ACTUALIDAD
Vpe:	$5.808.673	Tirada:	16.150	Frecuencia:	OTRAS
Vpe pág:	$7.443.240	Difusión:	16.150		
Vpe portada:	$7.443.240	Ocupación:	78,04%		

LAS 5 MARCAS FAVORITAS DE ROBERTO IZIKSON

El gerente general de Cadem analiza el trabajo de las empresas que, desde su perspectiva, han logrado materializar el propósito de ser una marca conectada con su aporte e impacto en la sociedad.

POR ANDREA CAMPILLAY

A lo largo de su vida, los consumidores conviven con diversas marcas que los ayudan a satisfacer distintas necesidades del día a día, desarrollando a largo plazo cierta afinidad y lealtad con algunas de ellas.

En ese contexto, y basado en el ranking general que engloba a las 35 marcas ciudadanas de este año, el gerente general de Cadem, Roberto Izikson, reconoce que sus marcas favoritas "no son necesariamente todas ciudadanas", ya que estas responden a sus intereses específicos, lo cual puede variar en comparación al resto de la población. Sus elegidas, dice, destacan por hacer visible su mensaje en un mundo que está saturado de información.

1 Copec:

Esta es una de las primeras marcas que viene a la mente de Izikson al realizar este ejercicio. "Es una tremenda marca que está haciendo las cosas y que vive su lema de ser la primera de servicio", dice, resaltando acciones como el nuevo sistema de pago a través de una aplicación, la atención de los bomberos -que, acota, "es siempre impecable"- y el club de beneficios mediante el cual se puede acceder a cupones de descuento o a canjes de productos y servicios.

Además, el ejecutivo asegura que "Copec ha entendido que el futuro no es bencina", y en ese sentido, destaca el trabajo que han realizado con Copec Voltex, así como también la integración de otros productos y servicios con la compra de Streat Burger, la cadena de pizzas Sbarro y Blue Express. "En el fondo, se transformó en un gran ecosistema que va mucho más allá de su producto original", afirma sobre las razones que la llevan a posicionarse como una de sus favoritas.

2 Mercado Libre:

Bajo la mirada de Izikson, Mercado Libre "ha ayudado a poner un nuevo *benchmark* en la relación con los clientes, que parte de la confianza y no de la desconfianza", dice, haciendo alusión a funcionalidades como, por ejemplo, el hecho de que cuando un producto llega incorrecto o no cumple con las expectativas del comprador "te devuelven la plata de manera inmediata, a un click de distancia".

La facilidad de uso, rapidez y el impacto que ha tenido para "afinar" el segmento de última milla, son otros de los atributos que el ejecutivo resalta de esta marca, ya que esta "te resuelve la vida". Los consumidores saben que pueden encontrar una amplia gama de productos para toda ocasión en la aplicación, destaca, algo que a su juicio ha "fijado un *benchmark*" para muchas otras marcas que han mejorado su sistema de compra y envíos online empujados por el liderazgo que ha demostrado esta marca.

3 Jumbo:

Esta cadena de hipermercados, "es una tremenda marca ciudadana también con un foco muy especial en el cliente y con una atención impecable en la cantidad de productos disponibles de todo el mundo", asegura el gerente general de Cadem. Al ser un amante de la gastronomía, cuenta, valora la disponibilidad de productos específicos para cocinar -que "probablemente en otros supermercados simplemente no existirían"-, la creatividad de la marca para apostar por ciertos productos que tienen potencial de consumo masivo y el servicio de reemplazo de productos en el sistema de compra online.

4 Apple:

Si bien esta marca no forma parte del ranking general, Izikson puntualiza que sí constituye una marca ciudadana para el segmento C1 y para los consumidores más jóvenes. En su caso, la define como "una marca fundamental" para su vida, principalmente por la relación que tiene con su teléfono, pues "me permite comunicarme con mi familia, trabajar, entretenerme, y me mantiene conectado con lo que está pasando en el mundo", expresa.

No obstante, hace énfasis en que a nivel general no se trata solo del teléfono, sino que "te vas conectando con un ecosistema de una empresa que está siempre innovando y haciendo la vida más fácil, más productiva".

5 Patagonia:

Pese a que es catalogada como una marca de nicho en Chile, Izikson apunta que Patagonia es mucho más relevante en Estados Unidos y en el mundo, por lo que a sus ojos, se posiciona como "una marca ciudadana de excelencia", que además "decidió vivir realmente su propósito de ser una marca ciudadana". Con esto alude a la decisión del dueño de Patagonia de transferir el 100% de sus partes a un fideicomiso encargado de asegurarse de que sus valores sean respetados, y a una asociación de lucha contra la crisis climática y la protección de la naturaleza. Su ejemplo, añade, ha motivado a que otras marcas se suban al carro de salvar al medio ambiente. "Me parece que a nivel global está haciendo las cosas de una manera completamente distinta y que por lo tanto es una luz para otras", concluye.

GRUPO DF

Director: José Tomás Santa María / **Subdirectora:** Paula Vargas / **Gerente Comercial:** José Ignacio De la Cuadra / **Editora:** Claudia Marín / **Director Creativo y Arte:** Rodrigo Aguayo
Coordinadora: Marcia Aguilar / **Dirección** Edificio Fundadores, Badajoz 45, piso 10, Las Condes, Fono: 2 23391000 / e-mail: buzondf@df.cl / **Impreso por** COPESA IMPRESORES S.A., que sólo actúa como impresor.
Se prohibe la reproducción total o parcial de los contenidos de la publicación.