

MARCAS QUE DEJAN MARCA



¿CÓMO ESTAMOS?



JAMAIS VU

+SOLEDAD

DESCUBRIR
QUE EL ANDAMIAJE
DE LA CIVILIZACIÓN
QUE CONOZCO ES UN
CASTILLO DE NAIPES



¿CÓMO LLEGAMOS A ESTO?



HACE 20 AÑOS NO HAY CONFIANZA DEJAMOS DE CREER

71% NO CONFÍA
EN SU GOBIERNO

20% DE CHILE CONFÍA
EN LAS EMPRESAS

3/4
NO LE CREE
A LAS
MARCAS

FORD Y HARRIS INSIGHTS AND ANALYTICS, 2019
MC KINSEY SMAR CITY

UN SISTEMA QUE HACE AGUA

59%

SISTEMA FALLA

15%

SISTEMA FUNCIONA

AN URGENT DESIRE FOR CHANGE

Despite the divergence in trust between the informed public and mass population the world is united on one front—all share an urgent desire for change. Only one in five feels that the system is working for them, with nearly half of the mass population believing that the system is failing them.



CHILE

CHILE PRENSA 2020

UN CAPITALISMO RESPONSABLE

56
%

EQUIDAD
SOLIDARIDAD
JUSTICIA
FIN DE LA
CORRUPCIÓN

¿Y QUÉ
HACEMOS
AHORA?

CONCRETAMOS

MARCA SOCIAL

MARCA CIUDADANA

MARCA
VECINA

MARCA CON PROPOSITO

ECONOMIA CREATIVA

CONSUMIDOR CON
SENTIDO

SHARING
ECONOMY

CIRCULAR ECONOMY

ANTIWASTE ECONOMY

RADICAL MARKET

CONSUMIDOR CIUDADANO

RSE ES MARKETING

**PRODUCTO
MARCA
EMPRESA**

ES LO MISMO

DISRUPTION NOW!

LA EVOLUCION POSITIVA DE LA CONFIANZA EN LA EMPRESA-MARCA-PRODUCTO

ESTA EN SU IMPACTO
REAL POSITIVO EN LA SOCIEDAD

**DE CREAR NECESIDADES A
SOLUCIONAR PROBLEMAS**

**DE TRABAJAR EN EL MERCADO
A TRABAJAR EN LA SOCIEDAD**

DE LO
PRIVADO
, A LO
PÚBLICO

LA MARCA ACTOR SOCIAL POLITICO

66%

86%

34%

“QUIERO MARCAS QUE
USEN SU PODER PARA
APROBAR LEYES QUE
HAGAN CAMBIOS
PRODUCTIVOS”

“QUIERO MARCAS CON
POSICIÓN PUBLICA EN
TEMAS SOCIALES Y
POLITICOS”

“TENGO MAS
ESPERANZA EN LOS
NEGOCIOS QUE EN
OTRAS ENTIDADES
PARA RESOLVER LA
CRISIS DEL CORONA
VIRUS”

- 1) EDELMAN TRUST BAROMETER 2019
2) 2018, SPROUT SOCIAL SURVEY

Ante el racismo no hay competencia:
Nike lanza una campaña por el
asesinato de George Floyd y Adidas
la comparte en sus redes. Las
marcas dejaron su competencia y se
unieron en las redes sociales👉
publimetro.cl/cl/noticias/20...

For once,
Don't Do It.

BUSINESS AS SOCIAL

ES ÚTIL

71%

54%

65%

SI VEO UNA MARCA
OBteniendo PROFIT
O PREOCUPADA SOLO
DEL PROFIT **JAMÁS**
VOLVERE A CONFIAR
EN ELLA

NO ME INTERESAN
NUEVOS PRODUCTOS
DE NINGUN TIPO SALVO
QUE SEAN DE AYUDA EN
ESTE MOMENTO

DEPENDE DE CÓMO
ACTUE LA MARCA
HOY Y EN ESTA
CRISIS SI LA
COMPRARE EN EL
FUTURO

- 1) EDELMAN TRUST BAROMETER 2019
- 2) 2018, SPROUT SOCIAL SURVEY

Houston's local organisations create handwashing stations for homeless people

NON-PROFIT · MAY 9, 2020



The initiative, launched by local organisation Rise Houston Church, aims at building and distributing handwashing stations that provide clean water and soap to homeless communities on the street.

[READ MORE HERE](#)

COMPETENCIA A COLABORACIÓN



Partnership between Ford,
GE and 3M to create
ventilators and air purifiers
for hospitals

BRAND VIRTUAL



Mentes salvajes





**WELLNESS
AMBIENTAL
CONTACT LESS**

Burger King tests funny giant crowns in Germany to ensure social distancing

FOOD & BEVERAGE • MAY 26, 2020



The fast food giant posted on social media that some restaurants in Germany are handing out the DIY social distance crowns to enforce rules of high safety and hygiene, and remind guests to practice social distancing in a fun and playful way.

OPORTUNIDAD HISTÓRICA
DE CREAR LA SOCIEDAD
QUE QUEREMOS

LA EMPRESA
QUE QUEREMOS SER

+JUSTA
+DISTRIBUTIVA
+SUSTENTABLE
+TRANSPARENTE