

*¿Qué maravillas te  
pasaron cuando no  
paraste de reír?*



**LAS MARCAS COMO ACTOS DE LIDERAZGO  
EL CAMBIO ES PERPETUO**

Nº 10  
ENERO/2023

## Contenido

- ¿Qué maravillas te pasaron cuando no paraste de reír?
- Las marcas como actos de liderazgo
- El cambio es perpetuo

## # OFICINA

Don Carlos 2939,  
Oficina 403 - Las Condes  
CHILE  
C.P. 7550171  
T. +56 (2) 2 476 8000  
C. +56 (9) 7 997 9922

Comunicación corporativa:  
escobarcoly@gmail.com

## Síguenos en nuestras redes

Nuestra web:  
[www.kamac.cl](http://www.kamac.cl)



LinkedIn:  
<https://www.linkedin.com/company/kam-audidores-consultores/mycompany/?viewAsMember=true>



Instagram:  
[https://www.instagram.com/kam\\_audidores.consultores/](https://www.instagram.com/kam_audidores.consultores/)







## UNA FILOSOFÍA DE VIDA

Lic. Andrea Giannella Neitzke,  
Socia de Consultoría  
agiannella@kamac.cl

# ¿Qué maravillas te pasaron cuando no paraste de reír?

*Reírse de uno mismo,  
reírse y compartir  
con otros las propias  
torpezas que algunas  
veces cometemos no es  
más no menos que una  
filosofía de vida que  
no sólo nos mantiene  
con buenos niveles de  
autoestima, sino que  
nos facilita la liberación  
de serotonina,  
dopamina y endorfinas  
que causan además  
placer cerebral.*

La sonrisa es una fuente inagotable de generación de confianza, de hecho, desde los primeros 3 meses de vida los seres humanos pasamos gran parte de la jornada viendo, escuchando nuestro entorno cercano... cada vez que alguien se nos acerca y nos sonríen experimentamos una sensación de placer y empatía. En ese instante aprendemos a vincularnos, aprendemos a que nuestra boca nos permite vincularnos y hablar... siempre con una sonrisa. En los entornos laborales y educativos está demostrado que reír aumenta la productividad, genera distensión cerebral y reduce los niveles de estrés... ¡Las mejores bromas que recordamos con nuestros compañeros de trabajo son aquellas en las que juntos

nos reímos... la urna por siempre recordaremos y repetiremos y cuánto además reforzamos nuestros vínculos! Un estudio realizado por China 360 Wellbeing Survey en 2020, planteó que "cuanto más te ríes, más te liberas más tranquila estás y más segura te sientes" ... Las hormonas de la felicidad son las potenciándote del bienestar... en la antigua Grecia había templos y sacerdotes de la risa, un culto saludable y sobre todo terapéutico q, considerando el poder analgésico de la sonrisa. En griego las palabras para designar risa son "Gelao" que significa reír de alegría y casualmente el mismo verbo que se utiliza para "brillar". Se trata de concentrarnos en buscar el foco positivo de la vida, de programarnos para disfrutar y desarrollarnos positivamente, de celebrar toda acción bien hecha y dejar fluir la expresión de sonreír como consecuencia de ello. Siempre que sonreímos amablemente, atraemos la atención, damos el mensaje de "bienvenida a mi mundo" y si además nos divertimos y reímos a carcajadas.. la necesidad de repetir ese momento de placer os generará un nuevo momento, una nueva oportunidad de encuentro, nuevas experiencias. ¿Reír fortalece nuestro bienestar? ¿Nuestra memoria, el pensamiento creativo, la reciprocidad, la generación de vínculos... de que puedes reírte hoy? Les dejo el desafío. ●





## LAS 10 PRIMERAS MARCAS

Redacción KAM



# Las marcas como actos de liderazgo

Por primera vez en 2022, el valor promedio de marca de una Mejor Marca Global ha alcanzado más de US\$ 3 billones. El valor total de las 100 marcas principales ha alcanzado los US\$ 3.088.930 millones, un aumento del 16% desde 2021 (US\$ 2.667.524 millones). Este año se registra la tasa más rápida de crecimiento del valor de la marca, lo que demuestra la creciente contribución que tiene la marca de una empresa para impulsar su éxito económico. Si bien los mercados financieros han mostrado cambios significativos en los últimos años, el valor de las marcas más fuertes del mundo ha aumentado constantemente la elección del cliente, la lealtad y los márgenes.

En las diez primeras marcas vemos un crecimiento exponencial y el surgimiento de una 'superliga'. Construidas sobre una base de experiencias excepcionales y una sólida integridad, estas empresas pueden moverse en múltiples direcciones, aumentando su participación en la vida de los clientes, junto con su valor de marca y capitalización de mercado.

Cada vez es más difícil encajar el Top Ten en categorías, entonces, ¿qué hacen Apple y Google?, pero las cosas se vuelven mucho más claras cuando se toma la perspectiva de los trabajos por hacer del cliente (qué aspectos de la vida de los consumidores abordan). Apple nos ayuda a Conectarnos, Hacer, Pertenecer, Jugar, Pagar y, más recientemente, Prosperar. Se rumorea que pronto también nos ayudará a Move. Google nos ayuda a realizar muchos trabajos, como Aprender, Conectar, Mover e incluso Permanecer. Nike, no un FAANG, nos ayuda a prosperar y expresarnos. Podemos pensar en la misma línea para empresas como Microsoft o Disney. ●

Fuente: Interbrand

*En última instancia, estas organizaciones están construyendo negocios en torno a su marca (en contraste con el enfoque tradicional de construir una marca en torno a un producto), y las está diferenciando del resto del grupo.*



## MEJOR MARCA GLOBAL

Redacción KAM

# El cambio es perpetuo

*No se puede negar que estamos viviendo un renacimiento, un período en el tiempo en el que nuestra comprensión del mundo cambia.*

**E**l cambio es perpetuo; es el modus operandi en el que debemos construir y gestionar marcas hoy en día, el contexto a nivel macro en el que existen los negocios. La humanidad avanzará más en los próximos cincuenta años de lo que lo ha hecho en toda la historia, un cambio impulsado en gran medida por la tecnología. Esta aceleración cambiará principalmente la forma en que nos relacionamos entre nosotros, con los negocios y con el mundo en general.

La reconocida pensadora de negocios y académica de liderazgo, la profesora Rita McGrath, argumenta: "Los grandes puntos de inflexión cambian la receta del éxito".

Pero en un mundo donde el cambio es la norma, ¿cuál es el punto de inflexión? Y lo que es más importante, ¿cómo se ve la nueva receta para el éxito, para las marcas más grandes del mundo?

En los últimos 30 años, hemos llevado a cabo millas de ejercicios de valoración de marcas, respaldados por nuestro marco patentado Brand Strength, para ayudar a las empresas a crear hojas de ruta hacia un crecien-

to más sólido. Este año, en un contexto de mayor incertidumbre económica, el valor acumulado de las 100 mejores marcas globales del mundo supera los \$ 3 billones por primera vez, un aumento del 16% año tras año; Prueba de que las marcas fuertes tienen una mayor resiliencia en tiempos difíciles. ●

*Gonzalo Brujó  
Director General Global  
Fuente: Interbrand*



## ¿SON LAS MARCAS MÁS VALIOSAS DEL MUNDO IMPERMEABLES AL RIESGO? NO.


*La edad promedio de las 5 marcas principales en nuestro ranking es de solo 39,6 años frente a un promedio total de 110 años en las 100 marcas. La competencia es feroz y la velocidad a la que pueden escalar las empresas más relevantes del mundo no tiene precedentes. También lo es el riesgo. En las dos décadas desde que lanzamos Best Global Brands, solo 36 empresas han permanecido en nuestra tabla Top 100. Más de 140 se han retirado en los años intermedios, incluidas marcas básicas como Nokia, AOL, Yahoo! y MTV.*



**kam**  **AUDITORES  
CONSULTORES**

*KAM Auditores Consultores SpA. Apasionados y Comprometidos con lo que hacemos*

Don Carlos 2939, Oficina 403 / Las Condes-Chile / C.P. 7550000

 +56 (9) 7 997 9922

 [info@kamac.cl](mailto:info@kamac.cl)