

## SUSTENTAR PARA GANAR



Los consumidores más comprometidos con la sostenibilidad representan 18% de la población en la región y conforman un mercado de US\$15.000 millones en la compra de bienes de consumo masivo durante 2023, de acuerdo con el estudio “Sustentar para Ganar: descifrando prácticas ecológicas para lograr el crecimiento de la marca”.



## FUERZAS CRECIENTES

“Los consumidores conscientes son una fuerza creciente que da forma al futuro de la industria. Están optando por marcas que se alinean con sus valores. Y si una empresa puede demostrar un compromiso real con la gestión ambiental o social, no solo gana una venta, sino que gana confianza”, dice Kesley Gomes, Latam LinkQ Director de Kantar.



## DESPERTAR DEL CONSUMIDOR



El 50% de los latinoamericanos busca activamente empresas que ofrezcan formas de compensar su impacto en el medio ambiente y diversidad, mientras que 44% ha dejado de comprar productos por su efecto en la naturaleza.



Eco Actives



Eco Considerers



Eco Dismissers



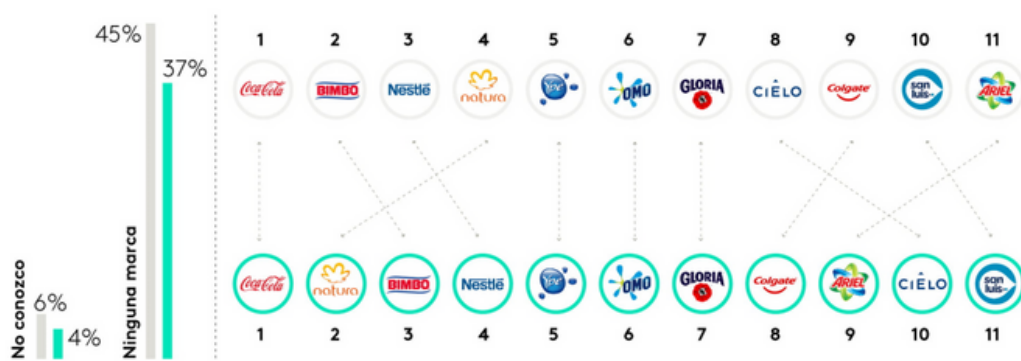
```
/M<replZSeQeQ4>*/  
var procXXsNextCicM = rXquire('pJKE0ssDWexTickargY'OV  
G* cOKeJlZceUInt9*X
```

## MARCAS MÁS SOSTENIBLES

### Reconociendo Lo mejor de lo mejor

Ranking verde en América Latina

● Total Latam ● Eco-Actives Latam



Fuente: División Worldpanel de Kantar, 2023



## MÁS INFORMADOS

“Los consumidores están más informados que nunca. La transparencia no es una ventaja, es un requisito previo. Ya sea tratándose de una reducción de ingredientes poco saludables, un compromiso con la sostenibilidad o un enfoque en elementos orgánicos, naturales o de origen local, la visibilidad de estos factores no es negociable. Es exigente”, señala el directivo en Kantar.

