



# Respondiendo a las tendencias del consumidor en la nueva realidad

**Perspectivas en ESG: Noviembre de 2020**

KPMG International

---

[home.kpmg/consumersnewreality](https://home.kpmg/consumersnewreality)

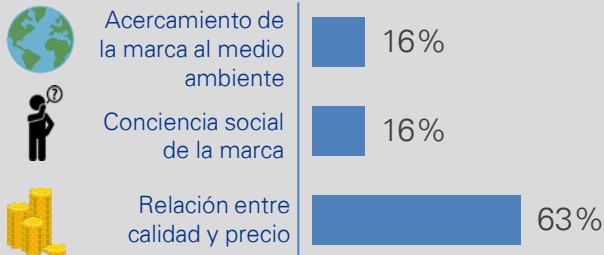


# ESG en la nueva realidad

Si bien los consumidores afirman que los criterios ESG (siglas en inglés para “ambientales, sociales y de gobierno corporativo”) son más importantes desde el inicio de la pandemia de COVID-19, aún se encuentran rezagados en relación a otras preocupaciones más concretas relacionadas al valor y la seguridad

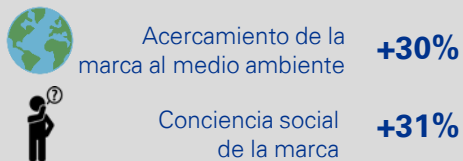
## ESG es importante para las decisiones de compra, pero no tiene el mismo grado de relevancia que otras preocupaciones centrales en torno al valor:

% que está de acuerdo.



## Pero, los consumidores afirman que estos factores se han vuelto más importantes desde la COVID-19:

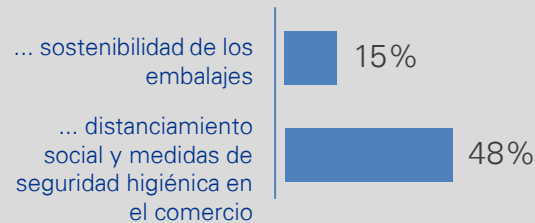
Cambio neto\*



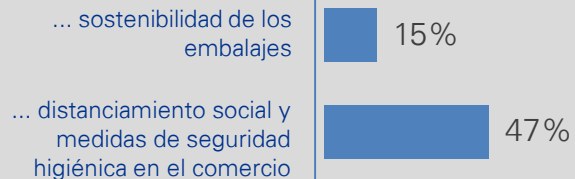
## Existe cierta expectativa en relación a las acciones ESG de las marcas, pero no tanto como la relacionada a las medidas de seguridad para los clientes:

% que espera acciones de las marcas que aborden:

### Minorista de comestibles

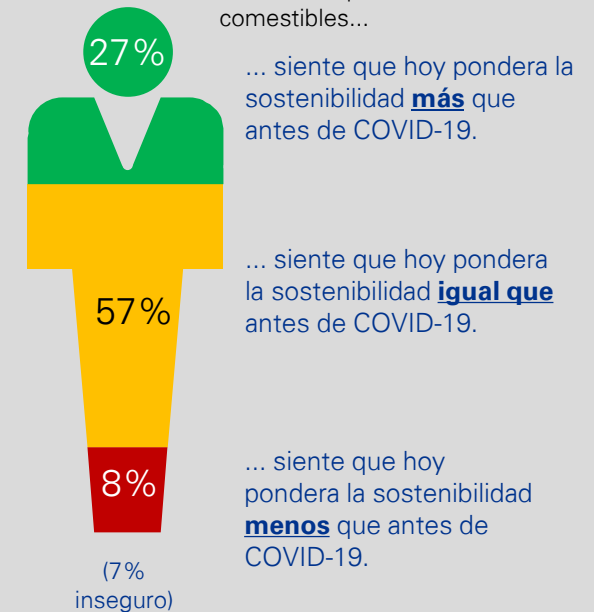


### Minorista de no comestibles



## En general, hay una mayor consideración de la sostenibilidad que antes de COVID-19:

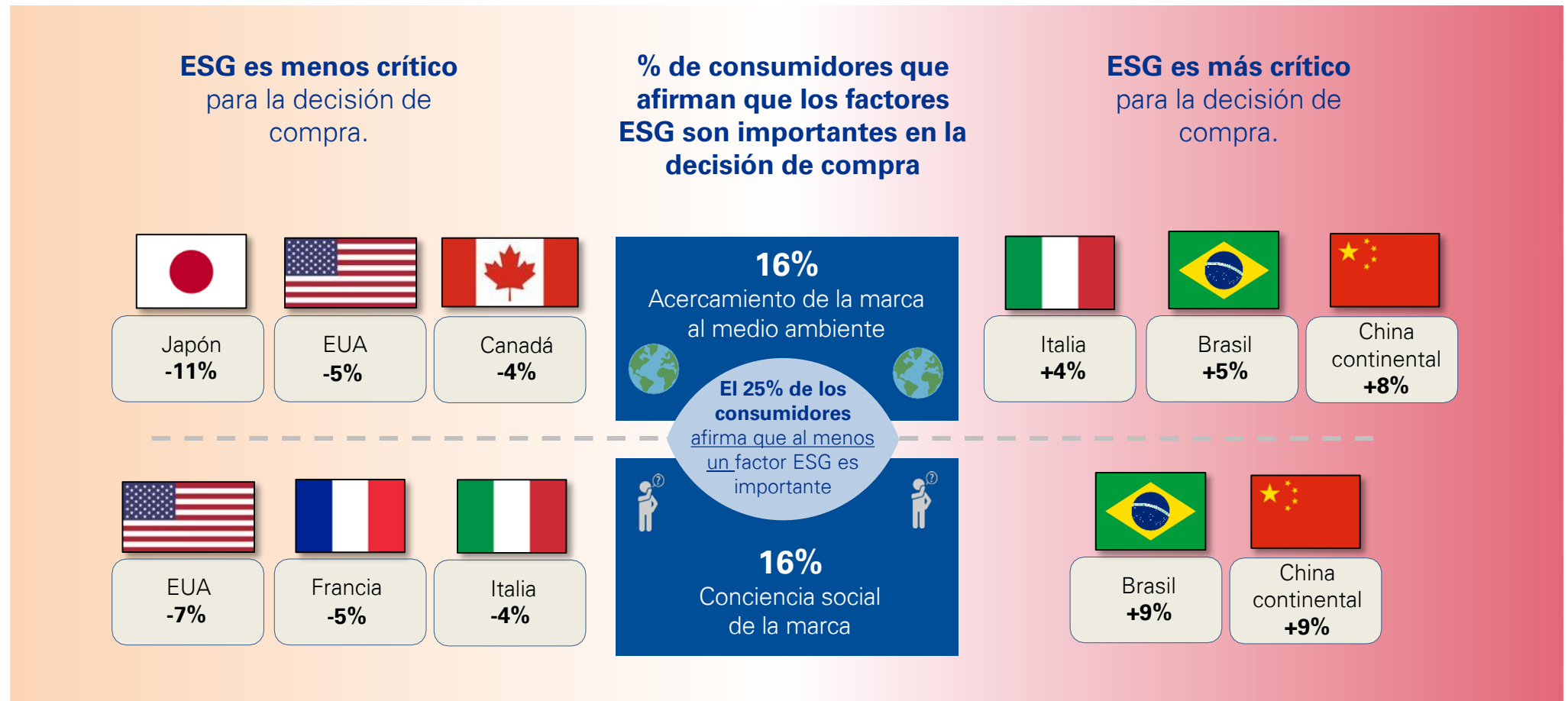
Al pensar en compras minoristas que no sean comestibles...



\* (es el % que afirma que estos criterios son más importantes, menos el % que afirma que eran menos importantes que antes de la COVID-19)

# Factores ESG en los mercados

La importancia de los factores ESG varía según el mercado. A nivel mundial, 1 de cada 4 consumidores considera que al menos un criterio ESG es importante en la decisión de compra



Los encuestados pueden seleccionar más de un factor como importante. Mercados destacados donde la diferencia con el global es mayor que  $\pm 3\%$