



Respondendo às tendências do consumidor na nova realidade

ESG Insights: novembro de 2020

KPMG International

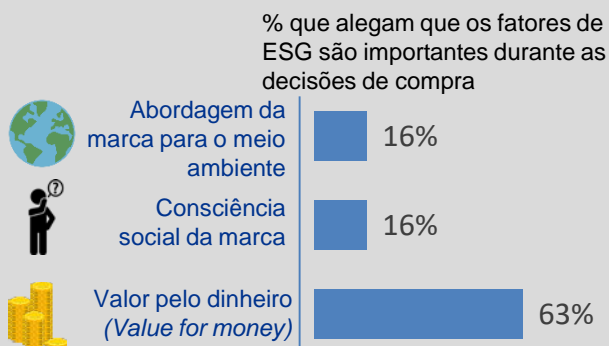
home.kpmg/consumersnewreality



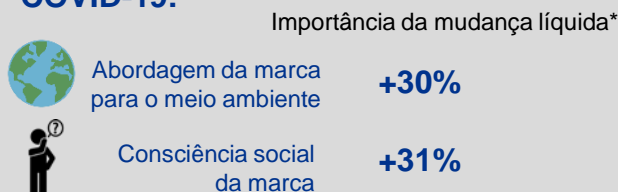
ESG na nova realidade

Os consumidores afirmam que os fatores de ESG se tornaram mais importantes desde a COVID-19 - mas ainda carregam preocupações concretas em relação a valor e segurança

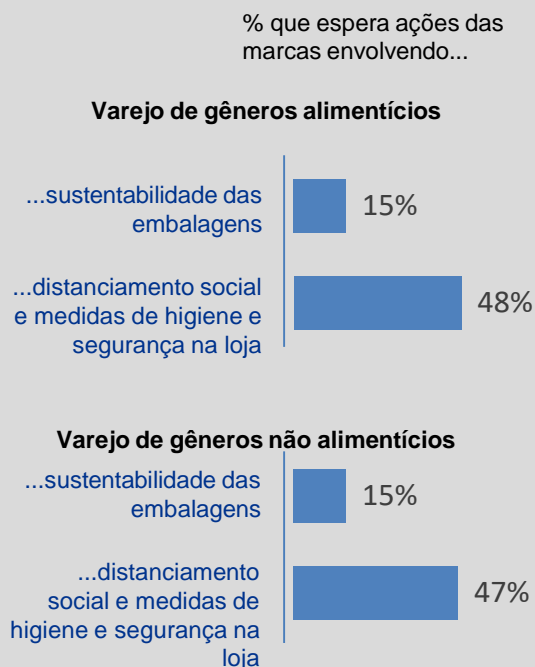
Os fatores de ESG são relativamente importantes para as decisões de compra, mas não no mesmo nível que as principais preocupações relacionadas ao valor:



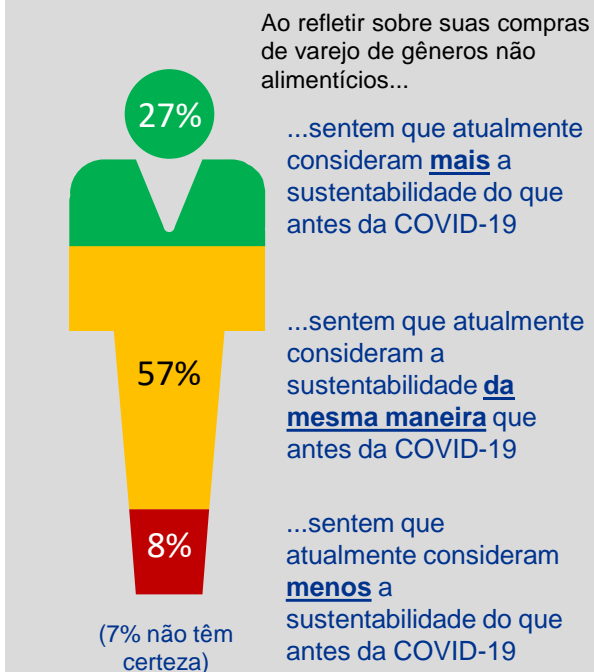
No entanto, os consumidores afirmam que esses fatores se tornaram mais importantes desde a COVID-19:



Há alguma expectativa de ações de ESG por parte das marcas, mas não tanto quanto medidas de segurança para os clientes:



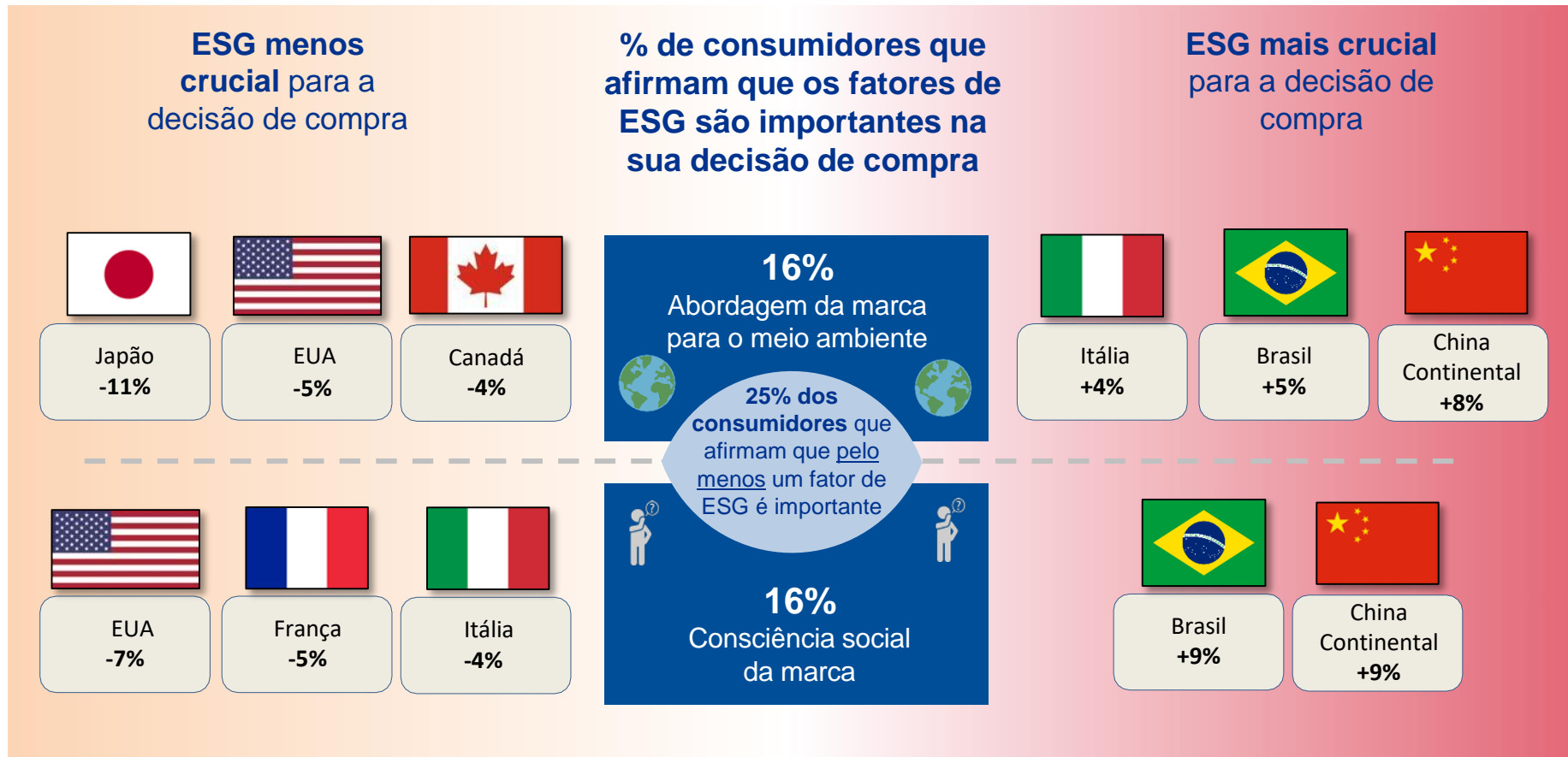
De modo geral, há uma maior consideração sobre a sustentabilidade em comparação com antes da COVID-19:



* (% que afirma ser mais importante menos % que afirma ser menos importante do que antes da COVID-19)

Fatores de ESG nos mercados

A importância dos fatores de ESG varia entre os mercados. No âmbito global, um em cada quatro consumidores considera pelo menos um fator de ESG importante na sua decisão de compra



Os entrevistados podem selecionar mais de um fator como sendo importantes.
Mercados destacados onde a diferença para o global é maior que +/- 3%