

La sostenibilidad y el impacto en los consumidores

Sostenible Innovador Informativo



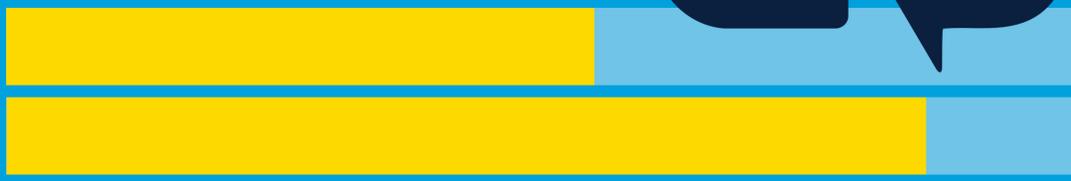
“Ahora, más que nunca, la agenda de la sostenibilidad está determinada por los consumidores”

ARCO BERKENBOSCH
Vice Presidente de Innovación y Desarrollo
Smurfit Kappa

La sostenibilidad es un factor determinante en las decisiones de compra, y el embalaje está en primera línea.

55%

de los consumidores ha comprado un producto en los últimos seis meses específicamente porque tenía un empaque reutilizable o biodegradable.



Las marcas ya lo están teniendo en cuenta

86%

de las empresas han utilizado materiales reciclados en sus productos y empaques en los últimos dos años.

¿Pero pueden dar a los clientes lo que quieren?

68%

de las empresas dicen que los materiales de empaque son su mayor reto de sostenibilidad.

Algunos están descubriendo que la sostenibilidad corporativa abre la puerta a la innovación.

Aproximadamente **1 de cada 3** empresas dice que la sostenibilidad está impulsando la I + D y el diseño de nuevos productos.



“La estrategia de innovación y la estrategia de sostenibilidad son las dos caras de una misma moneda”

IOANNIS IOANNOU
Profesor Asociado de Estrategia y Emprendimiento
London Business School

Pero las buenas intenciones y mayor innovación no serán suficientes si los clientes no saben cuáles marcas son sostenibles .

69%

de los consumidores no sabe cuáles marcas han adoptado prácticas de sostenibilidades

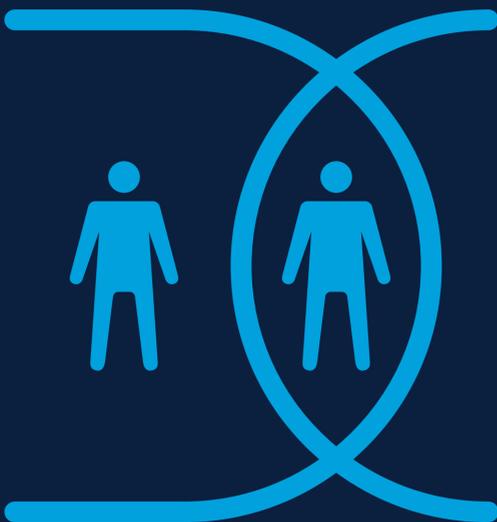


Por lo tanto, las marcas necesitan mejorar su comunicación de lo que están haciendo en esta área.

61%

de los consumidores espera que las marcas que compran tengan prácticas claras de sostenibilidad.

Si hacen esto bien, sus clientes serán más felices



90%

de las empresas dicen que las prácticas de sostenibilidad están teniendo un efecto positivo en la satisfacción del cliente.

